

Instituto Politécnico de Lisboa
Escola Superior de Comunicação Social

Mestrado em Jornalismo

IMPrensa REGIONAL DESPORTIVA:
Jornal *Tribuna Desportiva* e o Sentimento de Pertença à
Comunidade de Abrangência

Autor: Pedro Filipe Guimarães Quaresma

N.º 1719

Orientadora: Prof.ª Doutora Isabel Simões Ferreira

Novembro

2013

AGRADECIMENTOS

A todas as pessoas e instituições envolvidas e, a cada uma em particular, dirijo os mais sinceros agradecimentos pela conclusão deste trabalho.

À professora Isabel Simões Ferreira, orientadora deste projeto, agradeço todo o apoio prestado nas diferentes etapas da dissertação. Foram imprescindíveis as suas observações e sugestões mas também a disponibilidade e apoio que sempre demonstrou e que me incentivaram a concluir mais uma etapa da minha vida.

Ao jornal *Tribuna Desportiva*, na pessoa do seu diretor, Pedro Martins, bem como a todos os colaboradores e leitores do jornal, que se disponibilizaram a participar nesta investigação.

À Alexandra, namorada e amiga, por toda a ajuda, companheirismo e compreensão que sempre demonstrou ao longo da realização da dissertação.

À minha família, em especial à minha mãe, pelo imenso apoio e inestimável orgulho.

Um bem-haja a todos os que acreditaram em mim e que à sua maneira foram dando o seu contributo.

RESUMO

O tema central é o jornalismo desportivo regional, incidindo este estudo no jornal *Tribuna Desportiva*. O objetivo central da investigação é compreender de que forma o jornal *Tribuna Desportiva* consegue, ou não, fomentar o sentimento de pertença à comunidade de abrangência do semanário, tendo em conta as características que os leitores assinantes da publicação identificam como determinantes para a adesão ao jornal e a perspetiva dos autores.

No âmbito de uma metodologia mista, optou-se por aplicar questionários a leitores assinantes do jornal, realizar entrevistas aos profissionais que o redigem e analisar algumas edições do mesmo. Os dados foram tratados através do programa SPSS e da análise de conteúdo.

Os leitores assinantes, maioritariamente residentes no distrito, identificam a fácil acessibilidade, a linguagem acessível, o conhecimento dos agentes noticiados e a apresentação de temas atuais como determinantes na sua adesão. Consideram a *Tribuna Desportiva* importante na sua vida social, pois menciona familiares e amigos e debruça-se essencialmente sobre o futebol, interesse comum à maioria dos leitores, gerando desta forma discussão dentro dos grupos de pertença.

Com exceção do diretor e de um colaborador, o jornal é semanalmente elaborado de forma profissional mas por amadores, que colaboram principalmente pelo gosto da vertente desportiva mas também porque fazem parte da comunidade e têm acesso direto às fontes de informação.

O conteúdo do jornal, seja em imagens ou texto, retrata a realidade desportiva da região e os atores principais são membros do grupo comunitário. Dedicar-se essencialmente ao futebol e à análise de eventos relacionados com o mesmo.

Concluiu-se que o jornal *Tribuna Desportiva* é gerador do sentimento de pertença à comunidade de abrangência.

Palavras-chave: Jornalismo desportivo; Jornalismo regional; Sentimento de pertença; Comunidade; Futebol

ABSTRACT

The central theme is the regional sports journalism, focusing this study in the journal *Tribuna Desportiva*. The intention of the research is to understand how this journal can foster a sense of belonging to the community of the weekly range, taking into account the features of the publication that readers identify as determinants for being a subscriber and the perspective of its authors.

Trough a mixed methodology, questionnaire was applied to a group of *Tribuna Desportiva* subscribers, as well as the publication professionals were interviewed. To complete the study, some editions were analyzed. The data were processed using the SPSS application and the analysis of content.

The readers subscribers, mainly living in the district, identify the easy accessibility, accessible language, the knowledge of the agents reported and the presentation of current issues as determinant of its membership. They consider *Tribuna Desportiva* important in their social life, because family and friends are usually mentioned and it essentially focuses on football, common interest to most readers, generating discussion within the groups were they belong.

With the exception of the journal director and an employee, the weekly publication is created by amateurs but in a professional manner. They work mainly because of their interest in sports and also because they are part of the community and have direct access to information sources.

The journal content, either images or text, portrays the sports reality of the region and the main actors are members of the community group. Is mainly dedicated to football and analysis its events.

In conclusion, *Tribuna Desportiva* generates a sense of belonging to the community.

Keywords: Sports Journalism; Regional Journalism; Sense of belonging; Community; Football

Índice

1 - INTRODUÇÃO	13
2 - METODOLOGIA	16
2.1 - OPÇÕES METODOLOGICAS, RECOLHA E TRATAMENTO DE DADOS.....	16
2.2 - QUESTÕES ÉTICAS.....	18
3 - JORNALISMO LOCAL E/OU REGIONAL	20
3.1 - A IMPRENSA LOCAL/REGIONAL COMO VEÍCULO DE UMA COMUNIDADE.....	24
3.2 - PÚBLICOS DA IMPRENSA LOCAL/ REGIONAL.....	32
3.3 - CONSTRANGIMENTOS E DESAFIOS DA IMPRENSA LOCAL/ REGIONAL.....	36
3.4 - IMPRENSA LOCAL/ REGIONAL FACE ÀS NOVAS TECNOLOGIAS... ..	46
3.5 - MEDIDAS PARA MELHORAR O SETOR.....	50
4 - UM OLHAR SOBRE A IMPRENSA DESPORTIVA EM PORTUGAL	57
4.1 - CARACTERÍSTICAS DO JORNALISMO DESPORTIVO.....	61
4.2 - O JORNALISMO DESPORTIVO DE ÂMBITO REGIONAL/LOCAL.....	66
4.3 - O DESPORTO ENQUANTO FENÓMENO SOCIAL E AGENTE CULTURAL.....	67
5 - ANÁLISE DA <i>TRIBUNA DESPORTIVA</i>: TEXTO & CONTEXTO	74
5.1 - IDENTIFICAÇÃO GERAL DA PUBLICAÇÃO.....	74
5.2 - ANÁLISE DO JORNAL <i>TRIBUNA DESPORTIVA</i>	75
5.3 - ORGANIZAÇÃO TEMÁTICA.....	75
5.3.1 - Macrotemas.....	75
5.3.2 - Primeira Página.....	79
5.3.3 - Microtemas.....	81
5.3.4 - Agentes Sociais.....	84
5.3.5 - Enquadramento.....	87
5.3.6 - Análise Visual.....	89

5.3.6.1 - Representação Visual dos Agentes Sociais.....	91
5.3.6.2 - Representação Visual do Género.....	92
5.3.6.3 - Distribuição dos Cenários Predominantes.....	93
5.3.6.4 - Mancha da Área Fotográfica.....	94
5.3.6.5 - Distribuição da Saliência de Imagens.....	95
5.3.6.6 - Distribuição da Distância Social das Imagens.....	96
6 - TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS QUANTITATIVOS.....	97
6.1 - ANÁLISE DESCRITIVA.....	97
6.2 - ANÁLISE ESTATÍSTICA.....	110
7 - TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS QUALITATIVOS.....	123
7.1 - ANÁLISE DE CONTEÚDO DA ENTREVISTA AO DIRETOR DO JORNAL.....	123
7.2 - ANÁLISE DE CONTEÚDO DA ENTREVISTA AOS COLABORADORES.....	133
CONCLUSÃO.....	152
BIBLIOGRAFIA.....	158
ANEXOS E APÊNDICES.....	163
- Apêndice I: Guiões das entrevistas.....	164
- Apêndice II: Transcrição das entrevistas.....	165
- Apêndice III: Questionário.....	166
- Apêndice IV: Tratamento dos dados do questionário (disponível em versão digital)...	167
- Apêndice V: Análise do jornal <i>Tribuna Desportiva</i> (disponível em versão digital)....	167
- Anexo I: Edições da <i>Tribuna Desportiva</i> (disponível em versão digital).....	167

Índice de Quadros

Quadro nº1: Distribuição das Modalidades Desportivas Representadas na <i>Tribuna Desportiva</i> em Função da Frequência do Número de Artigos.....	76
Quadro nº2: Distribuição das Modalidades Desportivas Representadas na <i>Tribuna Desportiva</i> em Função de cada Edição analisada.....	78
Quadro nº3: Taxa de Ocupação dos Temas apresentados na Primeira Página da <i>Tribuna Desportiva</i>	79
Quadro nº4: Distribuição dos Microtemas apresentados na <i>Tribuna Desportiva</i> , Consoante os Macrotemas e/ou Modalidades Desportivas.....	81
Quadro nº5: Tipificação dos Agentes Sociais Retratos.....	85
Quadro nº6: Agentes Sociais Regionais Mencionadas na <i>Tribuna Desportiva</i>	87
Quadro nº7: Distribuição do Número de Fotografias por Página na <i>Tribuna Desportiva</i>	90
Quadro nº8: Distribuição dos Cenários Predominantes.....	93
Quadro nº9 – Distribuição da Saliência de Imagens.....	95
Quadro nº10: Estatística Descritiva da Amostra segundo o <i>Género</i>	97
Quadro nº 11: Estatística Descritiva da Amostra segundo a <i>Idade</i>	98
Quadro nº12: Frequência e Percentagem dos Sujeitos da Amostra segundo os <i>Níveis de Faixa Etária</i>	98
Quadro nº13: Estatística Descritiva da Amostra segundo o <i>Distrito de Residência</i>	98
Quadro nº14: Estatística Descritiva da Amostra segundo o <i>Distrito de Residência</i> codificado.....	99
Quadro nº15: Estatística Descritiva da Amostra segundo as <i>Habilitações Literárias</i>	99
Quadro nº16: Estatística Descritiva da Amostra segundo as <i>Habilitações Literárias</i> codificada.....	99
Quadronº17: Estatística Descritiva da Amostra segundo o <i>Estado Profissional</i>	100

Quadro nº18: Estatística Descritiva da Amostra segundo o <i>Estado Profissional</i> codificado	100
Quadro nº19: Análise Descritiva da Amostra segundo a <i>Importância do Desporto</i> em Geral na Vida das Pessoas.....	101
Quadro nº 20: Análise Descritiva da Amostra segundo as <i>Preferências de Leitura de Jornais</i>	104
Quadro nº 21: Análise Descritiva das <i>Motivações para a Assinatura do Jornal</i>	105
Quadro nº22: Distribuição dos Inquiridos segundo Outras Publicações que Assinam.....	107
Quadro nº23: Análise Descritiva de Outras Publicações que a Amostra Compra.....	108
Quadro nº24: Valores Médios e Desvio-padrão da Opinião sobre a <i>Tribuna Desportiva</i> nos Dois Grupos do Estado Profissional (não ativo vs. ativo).....	118
Quadro nº25: Valores Médios e Desvio-padrão da Promoção do Jornal para Sentimento de Pertença à Comunidade nos dois Grupos do Distrito de Residência (Castelo Branco vs. outras localidades).....	120
Quadro nº26: Sugestão dos Inquiridos para Aumentar a Viabilidade Futura do Jornal <i>Tribuna Desportiva</i>	121
Quadro nº27: Características Determinantes para a Adesão dos Assinantes ao Jornal.....	122
Quadro nº28 - Síntese das Categorias e Subcategorias da Entrevista ao Diretor da <i>Tribuna Desportiva</i>	123
Quadro nº29: Síntese das Categorias e Subcategorias das Entrevistas aos Colaboradores da <i>Tribuna Desportiva</i>	133
Quadro nº30: Caracterização Geral dos Colaboradores.....	135
Quadro nº31: Habilitações Profissionais dos Colaboradores.....	135
Quadro nº32: Tempo de Colaboração na <i>Tribuna Desportiva</i>	136
Quadro nº33: Conhecimento da <i>Tribuna Desportiva</i>	136
Quadro nº34: Anos de Jornalismo na <i>Tribuna Desportiva</i>	137
Quadro nº35: Cargo que ocupa na <i>Tribuna Desportiva</i>	137
Quadro nº36: Experiência Profissional.....	137
Quadro nº37: Satisfação Face à Remuneração Auferida.....	138
Quadro nº38: Posse de Carteira Profissional de Jornalista.....	138
Quadro nº39: Ambições Futuras dos Colaboradores da <i>Tribuna Desportiva</i>	139

Quadro nº40: Importância Atribuída à Carteira Profissional.....	139
Quadro nº41: Principais Interesses Desportivos dos Colaboradores.....	140
Quadro nº42: Género de Artigos que os Colaboradores Publicam.....	140
Quadro nº43: Maneira como a <i>Tribuna Desportiva</i> retrata o Distrito.....	141
Quadro nº44: Cobertura dada aos Eventos Desportivos.....	141
Quadro nº45: Processos de Inovação Tecnológica e Atualização de Conteúdos.....	142
Quadro nº46: Mais-valias da <i>Tribuna Desportiva</i>	142
Quadro nº47: Género de Escrita da <i>Tribuna Desportiva</i>	143
Quadro nº48: Emissão de Opiniões no Jornalismo Desportivo.....	144
Quadro nº49: Emissão de Opiniões no Jornalismo Desportivo.....	144
Quadro nº50: Relação entre Jornalista e Fontes.....	145
Quadro nº51: Condicionantes ao Trabalho de Jornalista.....	146
Quadro nº52: Imunidade da <i>Tribuna Desportiva</i> a Pressões Externas.....	146
Quadro nº53: Condicionantes ao Trabalho de Jornalista.....	147
Quadro nº54: Importância do Jornal na Vida Sociocultural dos Leitores.....	148
Quadro nº55: Sentimento de Pertença a Uma Comunidade.....	149
Quadro nº56: Viabilidade Futura da <i>Tribuna Desportiva</i>	149
Quadro nº57: Consequências do Desaparecimento da <i>Tribuna Desportiva</i>	150

Índice de Gráficos

Gráfico nº1: Agentes Sociais Singulares e Coletivos Retratados na <i>Tribuna Desportiva</i>	85
Gráfico nº2: Tipologia dos Enquadramentos Registrados.....	88
Gráfico nº3: Representação Visual dos Agentes Sociais.....	91
Gráfico nº4: Representação Visual do Género.....	92
Gráfico nº5: Distribuição da Mancha de Área Fotográfica.....	94
Gráfico nº6: Distribuição da Distância Social das Imagens.....	96
Gráfico nº7: Distribuição da Percentagem dos Principais Interesses Desportivos.....	101
Gráfico nº 8: Distribuição da Percentagem dos Desportos que a Amostra Pratica.....	102
Gráfico nº9: Distribuição da Percentagem do <i>Clube Desportivo Favorito</i> da Amostra.....	103
Gráfico nº10: Distribuição da Percentagem do Tempo de Assinatura da <i>Tribuna Desportiva</i>	105
Gráfico nº11: Distribuição da Percentagem da Preferência de Leitura da <i>Tribuna Desportiva</i>	106
Gráfico nº12: Distribuição dos Inquiridos <i>Assinantes de Outras Publicações</i>	107
Gráfico nº13: Distribuição dos Inquiridos de acordo com a Frequência de Compra de Outras Publicações.....	108
Gráfico nº14: Diagrama de Extremos e Quartis dos <i>Scores</i> de Importância do Desporto.....	112
Gráfico nº 15: Distribuição Média da Importância Atribuída ao Desporto segundo a Idade.....	113
Gráfico nº16: Distribuição Média Tempo de Assinatura do Jornal segundo a Idade.....	114
Gráfico nº 17: Diagrama de Extremos e Quartis dos <i>Scores</i> de Importância Atribuída ao Jornal.....	115
Gráfico nº18: Diagrama de Extremos e Quartis dos <i>Scores</i> de Importância Atribuídos ao Jornal.....	116

Gráfico nº19: Distribuição Média da Importância Atribuída à Existência do jornal <i>Tribuna Desportiva</i> Segundo a Idade.....	117
Gráfico nº20: Distribuição Média da Opinião acerca da <i>Tribuna Desportiva</i> segundo a Idade	119

ABREVIATURAS E ACRÓNIMOS

AIND- Associação de Imprensa Não Diária

AMJ- Academy of Management Journal

APCT- Associação Portuguesa de Controlo de Tiragem

API- Associação Portuguesa de Imprensa

ERC- Entidade Reguladora para a Comunicação Social

IPOM- Instituto de Pesquisa e Opinião no Mercado

ICS- Instituto da Comunicação Social

M- Média

N- número de casos

SD- Desvio Padrão

SPSS- *Statistical Package for the Social Sciences*

1 - INTRODUÇÃO

Esta dissertação foi realizada no âmbito do Mestrado de Jornalismo da Escola Superior de Comunicação Social (ESCS), sob orientação da docente, a Professora Doutora Isabel Simões, com vista a finalizar este ciclo formativo.

O presente trabalho debruça-se sobre o jornalismo desportivo regional, mais concretamente sobre o jornal *Tribuna Desportiva*. A escolha específica do jornal semanário *Tribuna Desportiva*, sediado na Covilhã, prende-se exclusivamente com duas questões: a primeira diz respeito à afinidade geográfica, uma vez que a publicação está localizada na cidade onde nasceu o autor deste trabalho; a segunda, e mais importante, prende-se com a estranha presença de um jornal regional de cariz desportivo numa zona do país (distritos de Castelo Branco e Guarda) onde quase não existe desporto de alta competição.

O desporto revela-se um dos segmentos mais procurados pelos leitores, o que não deixa ninguém indiferente. O país assiste a um fenómeno que tanto tem de estranho como de curioso: o sucesso alcançado pelos jornais desportivos nacionais não se replica a nível local/regional, onde este tipo de imprensa é vista como um espécime em vias de extinção. Em todo o país, existem, segundo a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), apenas oito jornais de cariz regional de âmbito unicamente desportivo. *A Tribuna Desportiva* é um desses escassos exemplos. Trata-se de um semanário que está sediado na cidade da Covilhã, distrito de Castelo Branco, curiosamente uma zona do país em que, com exceção de uma equipa de Futsal oriunda do Fundão, não existe qualquer formação na principal divisão dos desportos com mais tradição e apreciados em Portugal (futebol, basquetebol, andebol, voleibol, atletismo, hóquei em patins e ciclismo).

A estranheza da situação editorial, do conteúdo e da situação geográfica da *Tribuna Desportiva* sugeriu-nos pistas para levantarmos o problema de investigação: de que forma o jornal *Tribuna Desportiva* fomenta o sentimento de pertença à comunidade de abrangência do semanário, tendo em conta o seu conteúdo e as características que os leitores assinantes da publicação identificam como determinantes para a sua adesão ao jornal?

Assim sendo, os objetivos traçados para a realização deste trabalho consistem em:

- interpretar em que medida o jornal fomenta, ou não, o sentimento de pertença dos leitores a uma determinada comunidade, ou seja, perceber se o jornal *Tribuna Desportiva* serve de veículo para estimular relações sociais entre os seus assinantes e leitores;
- identificar quais as características que os leitores assinantes identificam como determinantes na sua adesão ao jornal;
- perceber qual a importância que os leitores atribuem a cada característica do jornal e porquê;
- caracterizar a amostra em termos de idade, sexo, habilitações literárias, prática de desporto, preferências literárias, clube predileto, distrito a que pertence, antiguidade da assinatura, entre outros aspetos.
- relacionar, se possível, as variáveis anteriores com a opinião dos leitores (por exemplo, relacionar o grau de literacia - instrução escolar - com a opção pelo jornalismo desportivo; ou relacionar o sexo e a idade com a leitura do jornal, de entre um conjunto de outras variáveis explicativas do sucesso da *Tribuna Desportiva*; o facto de terem uma atividade desportiva também pode influenciar a preferência por este tipo de leitura...);
- perspetivar, segundo os leitores, a viabilidade futura do jornal tendo em conta as suas preferências de leitura face a outras publicações que existem no mercado;

Este trabalho está estruturado em diferentes partes:

- Na Metodologia explicaremos quais as opções metodológicas utilizadas, nomeadamente a população em estudo, o método de recolha de dados ou as variáveis que foram usadas, bem como as questões éticas que estão associadas à realização desta dissertação.
- Segue-se o enquadramento teórico, que optámos por dividir em duas partes: uma sobre jornalismo regional/local e outra sobre jornalismo desportivo. No primeiro capítulo do enquadramento teórico foram abordadas questões como a imprensa regional/local como veículo de uma comunidade, os públicos e os constrangimentos da imprensa regional/local, bem como a postura desta face às novas tecnologias. Já no capítulo relativo ao jornalismo desportivo debruçámo-nos sobre temáticas tais como as características deste tipo de jornalismo segmentado, bem como o desporto enquanto fenómeno social e agente cultural.
- Seguiu-se o estudo de caso do jornal *Tribuna Desportiva* e a apresentação e análise dos resultados obtidos através da colheita de dados, que foram obtidos de três formas distintas:

análise de quatro edições (uma por trimestre) do jornal *Tribuna Desportiva*, de forma a saber quais os seus macro e microtemas, os agentes sociais e os aspetos visuais deste semanário; realização de questionários a leitores assinantes do mesmo jornal e respetivo tratamento e análise de dados quantitativos através do programa SPSS; e, por último, realização de entrevistas ao diretor da *Tribuna Desportiva* e aos três jornalistas com vínculo a este jornal, e respetivo tratamento e análise de dados qualitativos;

- Este trabalho termina com uma reflexão crítica e respetivas conclusões, que nos levam a crer, de forma indubitável, que o jornal *Tribuna Desportiva* gera um sentimento de pertença à sua comunidade de abrangência;

Espera-se que as conclusões deste trabalho sirvam de base a investigações futuras no mesmo âmbito; ou que possam contribuir para a melhoria do próprio jornal analisado, através do conhecimento da opinião dos leitores acerca do mesmo. O investigador alimenta a expectativa de que este projeto contribua para o seu desenvolvimento pessoal e profissional enquanto jornalista e que aumente o seu leque de conhecimentos acerca da temática, preparando-o para o futuro, em termos profissionais.

2 - METODOLOGIA

Reunida a matéria necessária para a compreensão da problemática em estudo e definido o desenho da investigação, pretendeu-se especificar o método de estudo e de recolha de dados que, neste caso, foi o quanti-qualitativo ou misto. Como métodos de recolha de dados, utilizou-se o questionário, a entrevista e a análise documental, ao passo que para o seu tratamento foi utilizada a análise estatística e a análise de conteúdo. Alguns autores propõem uma separação total entre o método quantitativo e o método qualitativo, mas Poeschl (2006) defende que estes podem complementar-se e ser simbióticos. Dadas as forças e as limitações de cada um, a sua combinação permite atingir um grau de validade interna e externa positivas.

Segundo Minayo & Sanches (1993), as metodologias procuram ser adequadas à resolução de certos problemas, à prossecução de determinados objetivos e à realidade em estudo. Assim, a escolha metodológica não foi um dado de partida, mas uma construção a que se chegou ao longo do estudo. O método misto permitiu responder de forma mais abrangente às questões de investigação delimitadas.

2.1 - OPÇÕES METODOLÓGICAS, RECOLHA E TRATAMENTO DE DADOS

Segundo Fortin (1999), uma população partilha um conjunto de características comuns pelo que procurámos neste trabalho delimitar uma população alvo que fosse representativa e acessível ao investigador.

Assim, escolhemos como população alvo os leitores assinantes do jornal *Tribuna Desportiva*. A amostra estudada é composta por 109 elementos, sendo que importa acrescentar que a população de assinantes é flutuante, uma vez que o indivíduo pode assinar ou comprar somente uma edição do jornal. Como tal, o número de assinantes é variável ao longo de cada semana. Os indivíduos foram seleccionados de uma forma não probabilística e intencional (Carpenter & Streubert, 2002).

Para completar o estudo, foram incluídos os testemunhos do diretor do jornal, de forma a obter informação para melhor caracterizar o jornal; os três jornalistas com vínculo ao mesmo, visando a compreensão da sua opinião relativamente à importância do jornal em que trabalham como agente promotor de sentimento de pertença à comunidade local.

Nesta investigação, os métodos de colheita de dados utilizados foram a entrevista (Apêndice I), o questionário (Apêndice III) e a análise documental (Anexo I). O questionário estruturado e misto revelou-se como um excelente instrumento de recolha de dados. Foi constituído por questões abertas e fechadas, tendo sido utilizada uma linguagem simples e frases claras e curtas (Fortin, Grenier & Nadeau, 1999). A escala de Likert é uma das formas mais elementares de medir gradualmente se os indivíduos estão de acordo ou em desacordo relativamente a um determinado número de enunciados. Deve ser utilizado um número igual de enunciados positivos e de enunciados negativos, de forma a reduzir o enviesamento dos resultados obtidos, repartindo as opiniões favoráveis ou desfavoráveis em cinco categorias: discordo totalmente, discordo bastante, não tenho posição definida, concordo bastante e concordo totalmente (Calha, 2011). A escala aplicada foi codificada de 1 a 5. As questões formuladas visavam obter informação relativamente aos seguintes temas: características do inquirido, preferências de leitura, opinião acerca da *Tribuna Desportiva*, e a *Tribuna Desportiva* enquanto promotor do sentimento de pertença a uma comunidade.

Os 109 questionários foram aplicados de 15/04/2013 a 15/05/2013, via e-mail e telefone, tendo em conta a distância do investigador relativamente a cada um dos sujeitos. O e-mail e o telefone pareceram ser a opção mais adequada ao difícil acesso aos inquiridos. A lista de contactos dos assinantes foi gentilmente facultada pelo diretor do jornal.

Os dados recolhidos através do questionário foram tratados estatisticamente para o seu arranjo, análise e compreensão. A estatística não é um fim em si mesma, mas um instrumento poderoso para análise e interpretação de um grande número de dados, cuja visão global, pela complexidade, se tornava difícil. (Lakatos & Marconi, 1992).

Para a operacionalização deste método de análise, recorreu-se à utilização do programa informático *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), com a versão 17.0. No presente utilizou-se estatística descritiva no cálculo de frequências, medidas de tendência central e de dispersão; e estatística inferencial no cálculo de Teste de Normalidade de Kolmogorov-Smirnov, Teste *T-Student* e Teste ANOVA para amostras independentes.

Paralelamente, entrevistámos o diretor e três colaboradores da *Tribuna Desportiva* (Apêndice I). As entrevistas realizadas ao diretor do jornal e aos três colaboradores com vínculo ao mesmo foram realizadas presencialmente, de 20/03/2013 a 30/03/2013. Foi utilizada a gravação, como meio auxiliar. No sentido de tornar mais objetiva a leitura das entrevistas semiestruturadas, houve necessidade de proceder à ordenação e organização de todo o material recolhido, de acordo com um sistema de categorização que permitisse evidenciar uma representação simplificada dos dados brutos. (Bardin, 1995:119).

As categorias identificadas neste trabalho obedecem às qualidades que Bardin (1995) considera essenciais: *exaustivas* (todo o conteúdo deve ser integralmente incluído nas categorias consideradas), *exclusivas* (os mesmos elementos devem pertencer a uma e não a várias categorias), *objetivas* (as características de cada categoria devem ser explicitadas de forma clara), *pertinentes* (devem manter estreita relação com os objetivos e com o conteúdo que está a ser classificado). Procedeu-se, conseqüentemente, ao recorte dos enunciados, o que possibilitou a emergência das unidades de registo. (Bardin, 1995).

A análise documental de uma edição por trimestre do jornal, no ano de 2012, foi realizada entre 16/05/2013 a 15/06/2013 e procurou perceber melhor o seu conteúdo e de que forma é que este pode ser indicativo do referido sentimento de pertença. Com esta análise pretendeu-se entrecruzar, na medida do possível, os dados recolhidos através dos questionários e entrevistas com algumas das características discursivas do jornal propriamente dito, nomeadamente a organização temática (macro e microtemas), a representação dos agentes sociais retratados (agentes singulares e coletivos), o enquadramento dado às notícias (conflito, interesse humano/histórico, substantivo e de escândalo) e a análise visual da *Tribuna Desportiva* (tendo em conta os agentes, o número de fotografias por página, o género, os cenários predominantes, o tamanho, a saliência e a distância social).

2.2 - QUESTÕES ÉTICAS

Quando são utilizados indivíduos como sujeitos de investigações científicas é preciso assegurar que os seus direitos são protegidos (Polit & Hungler, 1995). De acordo com Carpenter

& Streubert, os investigadores devem assegurar o princípio da não-maleficência, do anonimato, da confidencialidade e do respeito pelos participantes. (2002: 38).

Por isso, foi protegido o anonimato e a confidencialidade dos sujeitos ao longo de todo o estudo, incluindo na etapa de divulgação dos resultados. Polit & Hungler (1995) referem que uma promessa de confidencialidade ao participante é uma garantia que qualquer informação que o sujeito forneça não será publicamente divulgada ou acessível a partes não envolvidas na investigação e o anonimato ocorre quando o próprio investigador não consegue relacionar um participante com os dados que forneceu.

A recolha de dados só se realizou após a solicitação por escrito, ao diretor do jornal e após a receção da respetiva autorização. Posteriormente a instituição foi contactada e mediante a disponibilidade e organização da mesma agendaram-se as respetivas entrevistas. A fim de serem detetadas lacunas foi realizada uma entrevista exploratória, aquilo que é comumente chamado de pré-teste e que tem como objetivo avaliar a eficácia e a pertinência das questões.

Após a seleção dos entrevistados, procedeu-se aos respetivos contactos, de forma a convidar os mesmos a participar no nosso estudo. Depois de os entrevistados terem aceitado o convite, o local e a data da realização das entrevistas foram escolhidas pelos mesmos, tendo em conta, por isso, as suas predileções particulares.

Antes de realizar a colheita de dados, através dos questionários, explicou-se aos sujeitos o que era pretendido com esta investigação, para que estes pudessem decidir livremente sobre a sua participação. Os dados colhidos ficaram sobre a responsabilidade do investigador. Durante o processo de recolha e análise de dados foram atribuídos códigos aos inquiridos, códigos conhecidos apenas pelo investigador. O código foi atribuído aleatoriamente a cada entrevistado.

As entrevistas foram registadas num gravador de som em banda magnética. Após a transcrição das entrevistas e de forma a respeitar os princípios éticos, os registos áudio utilizados para assentar a informação foram destruídos.

3 - JORNALISMO LOCAL E/OU REGIONAL

São vários os conceitos associados ao jornalismo que não se pauta por uma cobertura noticiosa de âmbito nacional. Há autores que o preferem apelidar de local e/ou regional, enquanto outros destacam conceitos como proximidade ou comunidade para o definir.

Cicilia Peruzzo, por exemplo, prefere utilizar o termo local para interpretar um tipo de jornalismo que caracteriza como sendo “aquele que retrate a realidade regional ou local, trabalhando, portanto, a informação de proximidade” e que “tem a possibilidade de mostrar melhor do que qualquer outro a vida em determinadas regiões, municípios, cidades, vilas, bairros, zonas rurais etc.” (2005: 7).

Já Sofia Santos opta por dividir este tipo de imprensa. Uma dessas distinções separa o que é local do que é regional, o mesmo é dizer “os jornais que têm um leque de influência bastante pequeno, que se resume a uma localidade, e os jornais que abarcam mais do que um concelho” (2008: 28). Todavia, a autora prefere utilizar a expressão *jornalismo de proximidade* para definir uma tipificação que considera “credível, humanista, penetrante, utilitária, educativa, formativa e duradoura.” (2008: 13) Tendo por base um estudo de Luís Paixão Martins, Santos salienta que a proximidade é um dos mais importantes critérios de noticiabilidade, podendo ser subdividido em três categorias: proximidade geográfica, psicológica e temporal. Ao mesmo tempo, a autora destaca o intimismo com que estes *media* retratam o quotidiano de pequenas localidades ou regiões, aspeto que considera uma das mais-valias deste género jornalístico.

Quem também utiliza a expressão *proximidade* é Feliciano Barreiras Duarte, que a define sucintamente como sendo “aquela que, pelo seu conteúdo e distribuição, se destina predominantemente às comunidades regionais e locais.” (2005: 45) Numa aceção lata, onde aglomera todos os suportes de comunicação impressos, radiofónicos e audiovisuais, que centram a sua atividade numa determinada região, Duarte chama também a atenção para a relação “mais directa e próxima com a vida dos cidadãos” (2005: 14) deste tipo de imprensa.

Esta posição assemelha-se à de Peruzzo, para quem a informação de proximidade é “aquela que expressa as especificidades de uma dada localidade”, caracterizando-se, por isso, pela criação

de “vínculos de pertença, enraizados na vivência e refletidos num compromisso com o lugar e com a informação de qualidade e não apenas com as forças políticas e econômicas no exercício do poder” (2005: 8).

O vínculo social é também mencionado e destacado por Fernanda Ciccilini (2007), pois é através dele que o leitor se identifica com um determinado periódico da sua cidade. A proximidade em relação aos factos narrados é um elemento fulcral para merecer a preferência dos leitores, independentemente da linha editorial do meio em questão.

Com efeito, seja em termos geográficos, afetivos ou culturais, quanto mais próximo um acontecimento ocorrer, mais probabilidades terá de se tornar notícia nestes meios de comunicação. Assim, a proximidade é, para Santos, um dos elementos chave da imprensa regional e local, potenciado em grande medida pela noção de aldeia global preconizada por Marshal McLuhan, “onde as noções de vizinho e fronteira desaparecem para dar lugar à globalização.” (2008: 25) No seguimento deste pensamento, a autora chama à atenção para o facto de os *media* europeus de âmbito nacional estarem a perder importância a favor dos transnacionais e regionais. Cada vez mais, os leitores desinteressam-se pelo que sucede de importante no outro extremo do globo para privilegiar os pequenos acontecimentos que ocorrem na sua rua ou na aldeia limítrofe.

Jorge Pedro Sousa lembra-nos que a principal função do jornalismo nos estados democráticos de direito “é a de manter um sistema de vigilância e de controlo dos poderes” (2001: 13), que deve ser exercida através da difusão pública de informação. Todavia, num mundo onde, em termos noticiosos, é cada vez mais fácil estarmos próximos do que nos está geograficamente distante, nem sempre é fácil manter uma vigilância atuante e eficaz. A este respeito, Peruzzo defende que a globalização dos *media* não só não sufoca a imprensa de proximidade, como “impulsiona uma revalorização do local” (2005: 4-5). Ainda que os *media* locais ancorem a sua informação nos conteúdos que são gerados dentro de um determinado território de pertença, a autora ressalva que os vínculos que unem a população a um determinado jornal não são uniformes e dependem, em grande medida, da política editorial de cada órgão.

Também Santos está segura de que a informação de proximidade tem vindo, progressivamente, a ganhar importância nos hábitos de leitura da população e destaca que o local poderá ser a resposta que os leitores procuram para contrariar a homogeneização imposta pela globalização dos *media*.

Quem também destaca a importância crescente da informação de proximidade é Duarte, nomeadamente porque os *media* locais dão destaque a assuntos e temas que a informação de âmbito nacional não privilegia e “atinge extractos sócio-económicos esquecidos pela comunicação social nacional” (2005: 110).

São vários os estudos desenvolvidos em Portugal com vista a analisar e perceber que padrões estão atualmente associados à imprensa regional e local do nosso país. Santos, por exemplo, analisou os dados divulgados pela Associação Portuguesa de Controlo de Tiragem (APCT) e chegou à conclusão de que “o que existe em Portugal é uma imprensa concentrada nas principais cidades” e que “a maior parte dos jornais não vende mais do que 2.000 exemplares fora da grande Lisboa e do grande Porto” (2008: 28-29). Diz-nos a autora que há quem opine que “em Lisboa e Porto não existe imprensa regional, o que existe é imprensa urbana e suburbana.” (Santos *apud* Santos, 2008: 29).

Também Camponez tem algumas dúvidas sobre se haverá, em Portugal, imprensa de âmbito nacional. Neste sentido, questiona se fará sentido falar-se de jornalismo de proximidade numa altura em que “o planeta se transforma cada vez mais num bairro vizinho” (2002: 15). Além do mais, o autor acredita que a noção de proximidade “está longe de ser apanágio da imprensa regional” e sublinha que aquele valor notícia é, na realidade, transversal a todo o jornalismo.

O estudo promovido pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) (2010) contraria esta última ideia de Camponez, realçando que uma das características diferenciadoras da imprensa regional e local face à nacional reside precisamente na proximidade que cada órgão tem relativamente aos seus leitores e fontes. Os *media* regionais conseguem levar até aos seus leitores notícias, histórias e protagonistas que de outra forma nunca entrariam na esfera pública. Histórias de âmbito regional, concelhio, local ou até bairrista, que nos diários nacionais não colheriam qualquer receptividade mas que encontram aqui o seu espaço.

Camponez aceita e defende que há vários aspetos que diferenciam, e muito, a imprensa nacional da regional. Além da questão da diferenciação de territórios que uma e outra abrangem, distinguem-se também pela adoção de uma estratégia redatorial e pelo público que procuram abarcar. Outra diferenciação estrutural entre os dois segmentos é a aplicação dos conceitos de massa e de audiência, uma vez que o autor considera que “o território de pertença e de identidade” pode restringir os *media* locais e regionais “a formas de comunicação mediatizadas a uma escala mais restrita e comunitária” (2002: 108).

Por seu turno, Sousa (2002) salienta que apesar de os géneros jornalísticos serem adotados universalmente de forma unânime, cada comunidade tem referentes específicos, o que faz com que o ato de comunicar adote determinadas características próprias das suas comunidades, quer ao nível dos conteúdos e respetivos referentes discursivos, mas também no que se refere à recuperação e reformulação discursiva da memória coletiva, às maneiras específicas de utilização da língua, às formas de contar histórias ou à organização da informação, entre outras.

Com a massificação da comunicação, as fronteiras geográficas dos *media* locais e/ou regionais são cada vez mais difíceis de estabelecer. Peruzzo apelida-as de ténues e refere que o princípio sociológico defendido por Alain Bourdin, de que é impossível definir fronteiras precisas entre o regional, o local e o comunitário, “é valido também para a circulação dos meios de comunicação.” (2005: 4). Mais do que a sua importância geográfica, Peruzzo defende que o território que está adjacente a um determinado meio local deve levar em linha de conta a sua base cultural, ideológica e de circulação de informação. Para a autora, a língua, as tradições, os valores ou a religião são campos histórico-culturais que aproximam a imprensa local da sua comunidade, a qual também deverá estar atenta a interesses de vária ordem, nomeadamente ideológicos, políticos, de segurança ou crenças, pois todos eles “[s]ão elementos propiciadores de elos culturais e laços comunitários que a simples delimitação geográfica pode não ser capaz de conter.” (2005: 4).

Neste caso particular, Sousa realça que a comunicação local e regional se expande através de “meios de comunicação que são próximos das pessoas que os usam” (2002: 5) e aproxima esta tipificação ao conceito de vizinhança, recordando que a imprensa local e regional desenvolve-se “entre pessoas em interacção próxima, aglutinadas em grupos familiares, que partilham valores, modos de vida, interesses e língua comuns, ou seja, partilham uma cultura comum, e têm raízes na mesma terra.” (2002: 4). O autor considera que o termo território é essencial para se falar em comunidade e opina que, quanto menor este for, mais enraizada estará a comunidade que nele habita. Para Sousa, faz menos sentido, ainda que não seja descabido, falar-se de comunidade quando o termo se refere a grandes centros urbanos, uma vez que “o espaço regional abarca várias comunidades locais interligadas, enquanto a comunidade local se restringe a ela mesma, sendo a sua célula básica a família. O local é o espaço social a seguir à família” (2002: 4).

Quando se fala de jornalismo de proximidade, encontramos também autores que mencionam a sua importância enquanto mediador comunitário. Viviane Freitas, por exemplo, aborda esta

problemática que, no seu entender, mais não é que “uma possibilidade para a população encontrar espaço e discutir assuntos de seu interesse e que nos grandes veículos de comunicação não são abordados e, quando o são, o viés não é o mesmo” (2006: 7).

O ponto destacado por Freitas é também referenciado por Peruzzo, que sustenta que este tipo de meios “(...) se circunscreve ao âmbito dos vínculos sociais, às estratégias de sustentabilidade, ao processo produtivo e aos conteúdos” (2005: 6). Os cidadãos locais são os principais consumidores, mas também os protagonistas destes órgãos que, na maioria dos casos, sobrevivem de doações, apoio cultural e trabalho voluntário. Muitos conteúdos encontram ali o espaço e a visibilidade que não têm nos *mass media*, abordando essencialmente assuntos que afetam diretamente a vida das populações locais, a partir da mobilização social (Peruzzo, 2005).

Para a autora, quando se fala de comunicação comunitária, está-se implicitamente a falar de um processo que envolve uma participação popular ativa e que se destina “a atender demandas locais mediante o exercício da cidadania a partir dos próprios cidadãos”, o que a diferencia dos meios de comunicação locais com necessidades comerciais (2005: 6).

Por sua vez, Bill Reader & John A. Hatcher (2011) consideram que o jornalismo comunitário, apesar de derivar dos jornais das pequenas cidades, tem de ser visto de uma forma mais ampla, dependendo o conceito de comunidade de um conjunto de pressupostos que podem ser de origem geográfica, étnica, profissional, ideológica ou simplesmente da partilha de uma causa em comum. Os dois autores defendem, aliás, que a diferença entre jornalismo e jornalismo comunitário não se restringe apenas a questões de escala ou tamanho, pois o jornalismo comunitário engloba todos os aspetos culturais de uma comunidade, desde a sua história à economia, passando pela opinião pública, identidade comunitária ou os próprios valores comunitários. Hatcher considera mesmo que o conceito de jornalismo comunitário não tem definição exata, definindo-o como um termo que vagueia algures entre a vertente geográfica e identitária, sendo por isso difícil distinguir conceitos como identidade, lugar, cultura, ideologia ou valores sociais.

3.1 - A IMPRENSA LOCAL/REGIONAL COMO VEÍCULO DE UMA COMUNIDADE

O jornal pode ser definido, segundo José Rebelo (2000), como um sujeito semiótico que possui uma personalidade e um discurso próprios. Este procura estabelecer com o leitor uma

relação íntima, mediante uma dupla convivência que é conseguida através dos conteúdos difundidos, pois o jornal faz a cobertura dos acontecimentos que julga que serão do interesse do recetor, sendo que o recetor compra o jornal, pois pensa nele encontrar os assuntos que lhe interessam. Pode-se então afirmar que existe uma dupla apropriação: o leitor apropria-se do jornal, comprando-o, e o jornal apropria-se do leitor, mais concretamente da sua atenção.

Este processo semiótico poderá, todavia, ter-se alterado em função das melhorias tecnológicas que foram introduzidas no mercado jornalístico nacional e que vieram exponenciar a utilização de novos meios de comunicação como a Internet. No entanto, esse fator não impediu que o jornal regional continue a ser um elemento comunicacional fundamental para inúmeras famílias. João Carlos Correia (1998) dá o exemplo do interior de Portugal, para quem desdobrar o jornal é uma espécie de ritual que ajuda à sociabilidade comum e que assegura a continuidade dos grandes consensos sociais. O autor é um defensor deste tipo de jornalismo, que se caracteriza por uma evidente proximidade, tanto com os cidadãos como com os espaços onde estes intervêm, por entender que “o jornalismo que se pratica fora dos grandes meios urbanos pode ser um elemento estruturador deste espaço público regional entendido como esfera crítica de debate e de interação dos cidadãos em torno dos problemas que lhe são mais próximos” (1998: 4).

Azeredo Lopes, antigo presidente da ERC, não hesitou em afirmar que a imprensa regional é fundamental na dinamização do conceito de cidadania, porque “[c]ultiva a proximidade, é útil para quem a lê, estimula ou, pelo menos, conserva laços identitários, culturais e históricos da maior importância (...). Acarinha o particular, numa altura em que só se prega o global. Cultiva a língua portuguesa, num plano cada vez mais raro na Imprensa em geral.” (ERC, 2010: 18).

Numa era em que os modelos de negócios apostam cada vez mais na fusão de grandes empresas, Camponez destaca aquilo a que chama de “redescoberta das temáticas da proximidade”, bem visível em várias áreas da sociedade: “[F]ala-se de gestão local, de políticas locais, da ligação do político aos seus eleitores, de «polícias de proximidade», de mercados locais e fragmentários, renasce o interesse pelas identidades e as culturas particulares e, conseqüentemente, pelos fenómenos de comunicação local, nomeadamente os *media* locais e regionais)” (2002: 15-16).

No caso específico da comunicação social de proximidade, é insofismável a importância que esta tem na vida das comunidades locais. Se, por um lado, dá visibilidade a assuntos que são menosprezados pelos *mass media*, por outro coloca na ordem do dia os temas que mais

interessam às populações locais. Em inúmeros casos, a comunicação social é simplesmente o porta-voz de uma comunidade simbólica, que a ela se une na formação de consensos ou de acesas discussões de interesse comunitário.

Um dos autores que faz menção a esta ideia é Alexandre Manuel, para quem os *media* regionais assumem funções importantes como é o caso da produção simbólica comunitária que, no seu entender, “contribui para a integração, socialização e aculturação dos membros da comunidade” (Camponez *apud* Manuel, 2008: 7) porque, para além de resistir às pressões impostas pela globalização, funciona também “como meio de projecção do local no global.” (Camponez *apud* Manuel, 2008: 7).

Também Camponez considera que “a imprensa regional e local pressupõe a existência de uma identidade definida por referência a um território relativamente bem delimitado.” (2002: 29) Para este autor, a razão primordial para a existência deste tipo de imprensa é reforçar os sentimentos de pertença a uma determinada comunidade e dar voz a uma população com a qual se estabelecem laços identitários. Alguns dos jornais regionais portugueses espelham essa realidade territorial através do seu título, dando o autor exemplos de periódicos como o *Região de Leiria*, a *Voz do Ribatejo*, o *Correio do Minho*, ou o *Diário de Coimbra*, entre outros. Para Camponez, uma comunicação social identitária, a nível regional e local é um “meio privilegiado na afirmação e no fortalecimento de comunidades e/ou de culturas locais” (2002: 30).

Pelo contrário, Hatcher (2011) acredita que o jornalismo comunitário já não se cinge a uma única área geográfica, uma vez que pode agrupar múltiplas comunidades com as quais o indivíduo se pode identificar através da partilha dos mesmos interesses. O jornalismo de comunidade já não necessita das ferramentas que anteriormente necessitava, uma vez que, numa democracia, os cidadãos estão capacitados para se mobilizarem e comunicar globalmente para resolver uma questão cívica. Segundo este autor, o grande desafio do jornalismo comunitário no futuro, numa sociedade cada vez mais diversificada, é encontrar uma forma de servir os interesses de todos os indivíduos, num grupo heterogéneo e pluralista.

Também Martinelli (2011) entende que o jornalismo comunitário deve diferenciar-se dos outros *media* através do entendimento e da sensibilidade para com a audiência, não se restringindo apenas ao parâmetro da localização geográfica. Por outro lado, Meyer e Daniels (2011) chamam a atenção para a existência do conceito de comunidade *online*, que perspetiva a comunidade como algo que afasta as barreiras geográficas e que evidencia os interesses comuns

dos indivíduos que se ligam através da Internet. Os objetivos do jornalismo comunitário *online* são similares aos do jornalismo comunitário que tem uma base geográfica, sendo que a via online pode ser utilizada por jornalistas profissionais para se conectarem com as comunidades e vice-versa. A blogosfera, por exemplo, junta cidadãos e profissionais de uma forma que transcende a chamada esfera pública. Meyer & Daniels consideram que os jornais comunitários que sejam sólidos podem expandir-se da sua comunidade geográfica e encontrar novas formas de divulgação para além das edições em papel através do meio *online*.

Já José Ricardo Carvalheiro acredita que o sentimento de pertença a uma comunidade “pode ter uma raiz territorial, social ou cultural ou várias em simultâneo.” (2000: 4). No seu entender, os processos de globalização e localização cultural adotados pelos *media* e a consequente desestabilização do papel do Estado-nação “abrem caminho à redefinição da cidadania.” (, 2000: 4).

Por sua vez, Sousa adianta que a produção simbólica comunitária é uma das principais funções da comunicação social regional e local, sendo este papel “o que mais contribui para a integração, socialização e aculturação dos membros da comunidade, pois agudiza o sentimento de pertença e permite ver o "outro de fora" como genericamente diferente, enquanto o "outro daqui" como genericamente semelhante.” (2002: 5-6).

Também Juliana Ribeiro, Carlos Camponez e Paulo Faustino fazem alusão aos *media* locais como construtores de novas realidades. Ribeiro adianta que a imprensa regional garante “um processo natural de identificação do leitor com o jornal local” (2005: 48) e que os meios de proximidade tornam-se “um meio facilitador de cidadania” pois “permitem que a população participe do desenvolvimento local.” (2005: 48). Camponez (2002) opta por destacar a divergência de temáticas que existe nos *media* locais quando comparadas com as dos nacionais, pois cobrem temáticas diferentes. Já Faustino sublinha uma ideia de Picard, que entende que a imprensa que quiser manter os seus leitores deve publicar assuntos que lhes digam respeito, pois “permite reforçar a identidade e o desenvolvimento das populações e instituições locais.” (2005: 240).

Hatcher (2011) sublinha que quando os cidadãos sentem que os *media* comunitários não dão voz aos seus problemas, podem procurar outras formas de expressar os seus pontos de vista. Os membros nem sempre estão próximos geograficamente pelo que cabe aos *media* comunitários fomentar a coesão da comunidade e o sentimento de pertença a esta. Todavia, as inovações

tecnológicas que facilitam a comunicação entre os membros de uma comunidade geograficamente dispersa, leva o autor a questionar qual o papel do jornalismo comunitário no futuro para esses grupos. O tempo e o espaço já não são parâmetros que limitam a formação de grupos de interesse porque a mobilidade e a globalização permitem que os indivíduos se definam pelas pessoas que vêem o mundo tal qual elas o vêem e não pelos seus vizinhos.

Hatcher acredita que o jornalismo comunitário tem uma forte influência sobre a atividade cívica e contribui para o fortalecimento de relações dentro da comunidade. Os jornais de comunidade são conhecidos pelo tipo de notícias que promovem a autoestima dos indivíduos desse grupo, dando a toda a comunidade uma noção positiva de si mesma.

Sousa (2002), Camponéz (2002) & Hatcher (2011) sublinham a ideia de que os meios de comunicação de proximidade funcionam como elementos representativos de uma comunidade perante terceiros. Camponéz & Hatcher lembram mesmo que o jornalista vive entre os seus leitores e, como tal, é um membro ativo da comunidade para a qual escreve. Hatcher sublinha ainda que a classe jornalística tem também um papel determinante na resolução de problemas sociais e nas soluções que os intervenientes sociais adotam no seu quotidiano.

Hatcher diz que, para abordar uma comunidade, há que ter em conta conceitos como: identidade, lugar, cultura, governação, ideologia e valores sociais. No seu entender, há autores que defendem que o jornalismo comunitário desempenha um papel importante na estrutura da comunidade, influenciando a forma como os indivíduos se agrupam e se mantêm unidos.

Seguindo a linha de pensamento de Aristóteles, Hatcher refere que a comunidade não é apenas um conjunto de indivíduos que vivem próximos uns dos outros, mas sim um grupo de pessoas que se envolvem ativamente numa discussão pública acerca de interesses e visões partilhados. Assim, a sociedade constrói-se a partir de conversações, seja a nível nacional, e até global, como ao nível da comunidade. De acordo com esta visão, o poder reside nas pessoas e na forma como se unem para chegar a um entendimento para o bem comunitário. Considera o autor que estas são as ideias base do jornalismo comunitário, uma vez que na sua forma idealizada ele consiste num meio para o diálogo numa democracia.

Hatcher recorda também a posição de Alexis de Tocqueville, segundo o qual a imprensa local e independente permite que pequenos grupos de cidadãos se agrupem e façam valer a sua opinião numa união de esforços que ganha força no combate às maiorias estabelecidas, ainda que, regra geral, seja incapaz de dar voz a uma causa nacional de forma homogénea. No entanto, pode

ajudar indivíduos com interesses comuns a encontrarem-se e a formarem grupos de interesse dentro da mesma comunidade. Para Hatcher, “[a] universal requirement of community is that a group of individuals share something in common.” (2011: 131). No entender do autor, o verbo partilhar está no cerne da discussão que liga o papel do jornalismo a uma comunidade e dá como exemplo aquilo que chama de comunidades de lugar que partilham um espaço geográfico e identitário comum e, com ele, partilham os objetivos e as preocupações que são comuns aos residentes de uma determinada comunidade, ainda que seja errado assumir que os indivíduos são iguais só porque pertencem a uma mesma comunidade. “Differences in class, education, ideology and ethnicity among community members inevitably mean that not all of them enjoy the same rights, freedoms, and access to community benefits.” (2011: 132).

Por seu lado, os “mecanismos de produção simbólica” que reforçam a existência de grupos de interesse não são menos importantes. No entender de Correia, “a globalização desvalorizou as identidades baseadas em papéis sociais em detrimento crescente de identidades baseadas em pertenças culturais” (2004: 2), pelo que os meios de comunicação social perfilam-se como agentes ideais para a definição dos territórios simbólicos que permitam a formulação destes novos tipos de afirmação identitária.

Manuel (2008) aborda também a questão do jornalismo de proximidade enquanto elemento aglutinador de uma comunidade, salientando que este género de meios consegue, no geral, resistir às regras que são ditadas pela globalização informativa. Neste âmbito, Sofia Santos refere que, apesar de a aldeia global ser uma realidade cada vez mais presente, é possível que os *media* locais e regionais encontrem o seu lugar neste mundo onde tudo e todos estão tão próximos, pois “os leitores continuam a precisar de referências de proximidade”. No entender da investigadora, a imprensa regional perfila-se como alternativa credível e fidedigna aos *media* globais “na medida em que está atenta às necessidades dos seus leitores.” (2008: 131).

Também Hatcher (2011) defende que o jornalismo comunitário moderno tem grande potencial, uma vez que os canais de comunicação são cada vez mais numerosos e mais diversos. Assim, o jornalismo comunitário pode homogeneizar essas vias de comunicação sendo, para isso, necessário recorrer às novas tecnologias e respeitando as normas culturais de cada comunidade. Por outro lado, o mesmo autor considera que o jornalismo comunitário não ambiciona servir o público na sua globalidade nem dar resposta aos seus problemas, mas pode tornar-se uma

ferramenta útil para movimentos sociais que estejam a emergir ou que já existam, para locais em rápida mudança cultural e para grupos que se identifiquem com causas ou ideais específicos.

Santos (2008) destaca, por outro lado, as variâncias de assuntos que marcam a atualidade dos jornais nacionais *versus* os jornais regionais, sendo que estes últimos oferecem aos seus leitores aquilo que os nacionais não conseguem: um elo de ligação à terra de origem, em algumas situações até mesmo o único, como é o caso dos emigrantes. Trata-se de um segmento de público que, mesmo estando geograficamente distante, continua a ter fortes ligações afetivas a uma determinada comunidade. Para este grupo de leitores, os *media* regionais são, em muitos casos, o elemento que mantém os laços de familiaridade à sua região de origem. Assim sendo, a informação de proximidade é, para a população emigrante, um “meio de coesão e de afirmação da identidade local e regional” e um “eixo de aproximação às comunidades portuguesas no estrangeiro.” (Duarte, 2005: 143).

Recordemos, neste limiar, o pensamento de Freitas, segundo o qual o jornalismo comunitário surge como alternativa para combater os grandes veículos de comunicação, onde os jornalistas têm vindo a perder a capacidade de ver o mundo, porque as redações globais onde trabalham “são laboratórios assépticos para navegantes solitários, onde parece mais fácil comunicar-se com os fenômenos siderais do que com o coração dos leitores. A desumanização é galopante.” (Márquez *apud* Freitas, 2006: 23-24).

A territorialização é, por isso, no entender de Sousa, “o determinante da definição de local” (2002: 3). Para o autor, a territorialização é um conceito fundamental para se compreender o que se entende por comunicação social regional e local, pelo que a comunicação social comunitária “[é] aquela que se vincula à realidade regional e local, à vida quotidiana da comunidade onde se insere, à vida comercial dessa comunidade, à dinamização sócio-cultural comunitária, à necessidade de reafirmar a personalidade própria face aos outros povos.” (2002: 4).

Apesar da importância da componente geográfica, há autores que defendem que o interesse dos *media* locais não se cinge à sua territorialização. Camponez, por exemplo, defende que a imprensa regional “é, sobretudo, uma forma de comunicação que emerge das mesmas mesas de café, das mesmas ruelas, das mesmas reuniões familiares onde quotidianamente se recria a comunidade.” (2002: 95).

Para o mesmo autor, o conceito de proximidade resulta de algo mais que uma mera componente geográfica. Entende Camponez que a proximidade “é mais uma geometria da

identidade”, motivo pelo qual considera que “o território revela-se insuficiente para, por si só, explicar a imprensa regional e local” (2002: 128).

Neste sentido, Lowrey, resume a função social do jornalismo comunitário nos seguintes termos: “[...] facilitate the process of negotiating and making meaning about community, and make individuals aware of spaces, institutions, resources, events, and ideas that may be shared, and encourage such sharing, in order to encourage discussion.” (Lowrey 2011: 97).

Apesar da evidente importância dos meios de comunicação locais, Correia (1998) acredita que é imperioso envidar esforços que ajudem a potenciar o jornalismo regional. Só depois poderão os agentes locais contar com ele para contribuir para o desenvolvimento da região. Na opinião de Inês Aroso, os leitores de jornais regionais continuam a olhá-los sobretudo enquanto espaço de informação, “sem real poder de intervenção e contribuição na resolução dos problemas.” (2013: 8).

Relativamente a este assunto, Duarte (2005) considera que este é um segmento cujo impacto é imediato nas populações locais, mas que denota, ainda hoje, uma fragilidade evidente na maioria do tecido empresarial que o compõe. É nesse âmbito que o autor sugere que a sociedade portuguesa passe de um modelo que classifica de amador e protecionista para um modelo empresarial e inovador.

Apesar da fragilidade de muitos títulos de âmbito local e regional, Duarte considera que “a informação de proximidade tem uma enorme importância social e cultural no nosso país” pelo que é necessário que seja encarada como “um suporte estruturante do conhecimento, do desenvolvimento económico e da coesão e identidade nacional.” (2005: 92).

Com efeito, e ao contrário de alguns cétricos, Manuel (2008) acredita na capacidade de sobrevivência da imprensa regional. Para este autor, a principal força dos meios de proximidade reside na forma como ajuda a criar novos espaços públicos e aprofunda processos de deliberação democrática que dizem respeito ao quotidiano das comunidades e dos cidadãos que as integram. Todavia, alerta o autor, “[a] imprensa regional/local não deve (não pode) construir um bunker em relação ao que chega de fora.” (2008: 9).

A ideia anterior relaciona-se com a posição de Santos, que sublinha que é por se afastar da imprensa nacional e por divulgar os assuntos das pequenas comunidades que a imprensa regional oferece a diferença ao leitor, que mais facilmente se identifica com assuntos da sua vivência diária. No entanto, e apesar de se revelar um fator intercultural essencial, grande parte da

imprensa regional vive dias conturbados: “Com a diminuição dos leitores, por um lado, e a falta de anunciantes, por outro, a imprensa regional parece atravessar [...] uma crise de identidade que a está a obrigar a repensar estratégias a adoptar num futuro próximo.” (2008: 13).

3.2 - PÚBLICOS DE IMPRENSA LOCAL/REGIONAL

Os primórdios da imprensa regional e local portuguesa remontam à explosão de liberdade que resultou do triunfo da Revolução Liberal de 1820 e da consequente promulgação da Carta Constitucional. Nos últimos dois séculos têm proliferado um pouco por todo o país centenas de jornais locais e regionais, em alguns casos ligados à Igreja Católica e noutros casos integrados em tipografias ou em pequenas empresas de comunicação e mesmo autarquias.

Em Portugal, a imprensa regional tem sido definida de diferentes maneiras desde as suas raízes. Com base na Lei de Imprensa de 1971, era "constituída pelas publicações periódicas não diárias que tenham como principal objectivo divulgar os interesses de uma localidade, circunscrição administrativa ou grupos de circunscrições vizinhas." (Sousa, 2002: 7).

Em 1988, o Estatuto da Imprensa Regional passou a ser definido nos seguintes termos:

"Todas as publicações periódicas, de informação geral, conformes à Lei de Imprensa, que se destinem predominantemente às respectivas comunidades regionais e locais, dediquem, de forma regular, mais de metade da sua superfície redactorial a factos ou assuntos de ordem cultural, social, religiosa, económica e política a elas respeitantes e não estejam dependentes, directamente ou por interposta pessoa, de qualquer poder político, inclusive o autárquico." (Lei de Imprensa *apud* Sousa, 2002: 7).

Finalmente, a Lei de Imprensa de 1999 classificava as publicações de âmbito regional como sendo todas aquelas "que pelo seu conteúdo e distribuição se destinem predominantemente às comunidades regionais e locais." (Sousa, 2002: 7).

Desde que surgiu em Portugal, a imprensa local tem procurado desempenhar um papel informativo e, ao mesmo tempo social, transmitindo nas suas páginas conteúdos que, na sua maioria, não teriam visibilidade nos *media* nacionais. Aos jornais regionais, o Estado reconhece, resumidamente, as seguintes funções: ser um veículo de informação; ser um meio de promoção e mobilização local; ser um meio de chamada de atenção para os anseios e projetos locais; ser um elo social e identitário, um elemento socializador e agregador; ser um amplificador do espaço público local.

Apesar da evidente importância que tem no quotidiano das populações, a imprensa regional portuguesa continua, à semelhança da nacional, a apresentar índices de leitura muito residuais quando comparados com outros países, nomeadamente europeus. Dada a pertinência da situação, os fracos índices de leitura de jornais, revistas e livros por parte dos portugueses serviram de mote para um estudo desenvolvido por Feliciano Barreiras Duarte, em 2005, que chama a atenção para o facto de os portugueses surgirem em quase todos os estudos em último lugar, mas, em contra ciclo, ocuparem os primeiros lugares nos índices de tempo dedicado a ver televisão e, em quarto lugar, a ouvir rádio.

Com efeito, há muito que são conhecidos os fracos hábitos de leitura dos portugueses, bem patentes na análise levada a cabo pela Associação Mundial de Jornais (AMJ) que, em 2000, estimava que, por cada 1.000 portugueses, apenas 82,7 liam jornais diários, valores muitíssimo abaixo dos registados em países como Noruega (719,7) ou Japão (668,7), entre outros. Todavia, é de realçar que o estudo reflete apenas a circulação dos diários e não diários inscritos na APCT, defeito apontado por Paulo Faustino (2005), que lembra que a esmagadora maioria dos jornais regionais e locais, não estão inscritos naquela entidade de verificação. É de salientar, pois, que, em Portugal, existe uma tradição de leitura de jornais semanários, incluindo regionais e locais, que não estão contabilizados nos dados da *Academy of Management Journal* (AMJ).

Também em 2000, um inquérito realizado pelo Instituto de Pesquisa e Opinião de Mercado (IPOM), junto de cerca de 15 mil cidadãos, concluía que o escalão predominante nos leitores da imprensa regional situa-se nos 60 ou mais anos. As classes que mais liam este tipo de imprensa são os trabalhadores qualificados e especializados, merecendo também destaque o ensino primário como formação predominante, o que pode ser explicado pela tese sustentada por vários autores de que a imprensa regional é maioritariamente lida por um público mais velho.

Já de acordo com os valores apurados pelo estudo da Marktest “Bareme Imprensa Regional”, realizado em 2003, 65% dos inquiridos afirmava ler habitualmente jornais nacionais enquanto 51% garantia que lia preferencialmente regionais/locais. De facto, “com excepção dos distritos de Lisboa e do Porto, a imprensa regional é largamente preferida em relação à imprensa nacional.” (Faustino, 2005: 49). Coimbra, Santarém, Leiria, Aveiro e Castelo Branco eram, à data, os distritos onde a imprensa regional era mais lida.

De salientar que até à realização do estudo anteriormente referido, há apenas uma década, Portugal era um dos poucos países da União Europeia que não reunia dados oficiais sobre as

audiências da imprensa regional e local, situação que, por exemplo, desmotivava as agências de publicidade que quase não procuravam os meios locais e regionais para a colocação de inserções publicitárias dos seus clientes.

Essa lacuna tem vindo a ser colmatada com estudos mais aprofundados e contextualizadores, ainda que a imprensa local continue a ser vista por muitos agentes jornalísticos como o «parente pobre» da imprensa em Portugal. Com efeito, o jornal regional ainda hoje é visto como um produto inferior quando comparado com a imprensa de âmbito nacional, “não sendo este juízo de valor derivado de uma observação da qualidade intrínseca do jornal regional mas antes de um preconceito ditado pela mera circunstância de aquele assumir uma dimensão circunscrita aos limites da sua região, distrito, concelho ou freguesia.” (ERC, 2010: 115).

Em 2009, a base de dados da Unidade de Registos da ERC integrava em Portugal 2.942 publicações periódicas com registo ativo. Estavam também registadas, no mesmo período, 438 empresas jornalísticas e 12 empresas noticiosas. É interessante verificar que é no litoral que está implementada a maioria destes projetos jornalísticos, destacando-se particularmente os distritos de Lisboa, Porto, Setúbal, Braga, Coimbra, Aveiro e Leiria como aqueles onde o número de títulos é maior. Ao invés, os distritos do interior como Beja, Portalegre, Évora, Vila Real e Bragança são aqueles que apresentam menor número de jornais locais e regionais (Santos, 2008). Em 2010, o Porto era o distrito com maior número de publicações de imprensa regional e local (85 títulos), deixando a grande distância distritos do interior como Castelo Branco (16) e Guarda (28), por exemplo, onde não existe sequer um único diário regional (ERC, 2010).

Como já foi referido, não existem muitos estudos em Portugal acerca desta temática e, talvez por isso, a ERC promoveu um trabalho aprofundado sobre os *media* regionais e no qual avalia, entre outros, os seus públicos, que entende que “continuam a ser pouco conhecidos.” (2010: 225). Será sobretudo neste estudo e nas suas conclusões que iremos centrar este subcapítulo.

Para a ERC, “os índices de leitura da imprensa local e regional têm sido subavaliados”, estimando que “cerca de 50 por cento (%) da população tem por hábito ler este tipo de publicações.” (2010: 226). E os números demonstram-no com clarividência: Castelo Branco, Coimbra e Leiria são, por esta ordem, e segundo a Entidade Reguladora, os distritos onde se registaram os mais altos valores de leitura de imprensa regional em termos percentuais. De realçar também que apenas em quatro distritos (Faro, Bragança, Porto e Lisboa), o índice de leitura se situa abaixo dos 50% da população. Nos dois últimos, em particular, as baixas

percentagens verificadas dever-se-ão à maior concentração e concorrência das publicações nacionais, mas também à maior concentração populacional.

Em termos de preferência, mais de metade dos inquiridos declarou preferir as publicações regionais de periodicidade semanal (52,2%), sendo também de realçar que “mais homens do que mulheres lêem publicações regionais. [...] Um total de 55% das mulheres inquiridas respondeu não ler ou folhear jornais regionais.” (ERC, 2010: 231).

O mesmo estudo adianta que “[o]s leitores concentram-se nas faixas etárias dos 25 aos 44 anos (41,3%)”, números que contrariam a imagem de que o público da imprensa regional é um público envelhecido (2010: 232). A investigação leva também em linha de conta a classe social dos leitores, chegando à conclusão que “as audiências dos títulos locais e regionais concentram-se nas classes média baixa e média média.” (ERC, 2010: 233). Para os investigadores, “[r]eformados, pensionistas e desempregados constituem o principal grupo de leitores da imprensa regional. (...) As domésticas são, no espectro oposto, as que menos contribuem para os leitores deste segmento de imprensa” (ERC: 2010: 234).

Os dados obtidos levam-nos a veicular a posição de Duarte (2005), que considera que Portugal ainda é um país a duas velocidades. Se, por um lado, tem camadas mais jovens com elevados níveis de audição de rádio e baixos níveis de leitura regional (exceto a que é feita *online*), por outro lado tem uma população com baixos índices de leitura mas que, ainda assim, privilegia a imprensa de proximidade, nomeadamente os projetos que apresentam mais qualidade e índices de profissionalização mais elevados.

O mesmo autor relembra que em Portugal, o Estado sempre optou por desempenhar um papel protetor em relação à comunicação social de forma a garantir a isenção e a pluralidade de informação necessária, mas os públicos sempre se mostraram desinteressados pela leitura de mais jornais e revistas. Aquando do seu estudo, em Portugal, apenas se liam 72 jornais por cada mil habitantes, ao passo que na Finlândia esse número era de 455 e na Suécia era de 430 por cada mil habitantes.

Duarte sublinha também que existem estudos que mostram que em Portugal apenas 19% da população inquirida lê jornais diariamente e cerca de 25% o faz algumas vezes por semana. Todavia, o que mais impressiona são os cerca de 41% que não sente qualquer motivação para a leitura de jornais ou revistas. Como já foi dito, Portugal é dos países europeus onde os níveis de leitura de jornais por habitantes é mais baixo, situação que no entanto não tem sido aproveitada

pela imprensa de proximidade, que não tem sabido tornar-se suficientemente competitiva para rivalizar com os *media* nacionais, reforçando a sua posição nas respetivas áreas geográficas.

3.3 - CONSTRANGIMENTOS E DESAFIOS DA IMPRENSA LOCAL/REGIONAL

A imprensa regional é um segmento que tem vindo a ser estudado um pouco por todo o mundo e Portugal não foge à regra. Ao longo dos anos, sobretudo nas últimas duas décadas, diversos estudiosos e académicos têm desenvolvido análises e trabalhos de investigação que procuram especificar as características inerentes a este segmento.

Um dos estudos que melhor retrata a imprensa regional e local foi desenvolvido pela ERC e editado há escassos três anos. Durante a sua realização, os investigadores foram sendo confrontados com menções nem sempre abonatórias. Desde típica a anacrónica, passando por subsídio-dependente, obsoleta ou impreparada para o futuro, estes foram alguns dos epítetos com que a imprensa local e regional foi brindada, havendo até quem apostasse na sua extinção.

Comecemos, pois, por descrever algumas das características que são apontadas à imprensa local e regional, nomeadamente a portuguesa. Num estudo anterior ao da ERC, Feliciano Barreiras Duarte preocupava-se em categorizar a imprensa regional nacional, começando por salientar que existe uma diversidade considerável de meios, o que faz desta uma imprensa bastante heterogénea. Destaca-se por ter “um grande número de títulos” e por apresentar “um nível baixo de qualidade dos produtos, com tiragens reduzidas” (2005: 45), com uma média de 4 mil exemplares. A título ilustrativo, só no ano de 2009, inscreveram-se na ERC 230 novas publicações periódicas, ao mesmo tempo que se constatou o fim de outras 430 edições, cujos registos foram cancelados.

A exagerada multiplicidade de títulos, assimetricamente distribuídos e de reduzida dimensão, é um problema que também é levantado por Alexandre Manuel, que chama a atenção para a indefinição legal entre o que é regional e local, permitindo a aplicação do mesmo conceito a situações profundamente desiguais. Além do mais, Manuel lembra que Portugal “constitui caso único no contexto europeu, já que estes *media* estão maioritariamente dependentes da Igreja Católica ou, no mínimo, a ela intimamente ligados.” (Cádima e Correia *apud* Manuel, 2008: 3).

Um dos pontos que gera mais concordância entre os estudiosos desta temática é o amadorismo do sector. Sofia Santos (2008) deparou-se, aquando do estudo que desenvolveu, com

inúmeros meios sem grande sustentabilidade económica, pouco estruturados e, sobretudo, muito amadores e impreparados para competir não só com meios nacionais, como com os regionais que têm apostado na inovação e no profissionalismo dos seus recursos humanos.

Entre os pequenos órgãos assinalados, Santos (2008) constatou a existência no Serviço de Registos de Imprensa de boletins de paróquias, associações, órgãos autárquicos ou clubes e onde o interesse informativo é subvertido por interesses pessoais. A autora chama também a atenção para a existência de empresas jornalísticas de âmbito familiar em que a propriedade, direção e administração estão simultaneamente nas mãos de uma única pessoa que, paralelamente, é em alguns casos jornalista, gestor comercial, supervisor de impressão ou tudo ao mesmo tempo.

Também Juliana Ribeiro (2006) aborda esta questão, salientando que o jornal regional continua a ser bastante artesanal. Na ótica da autora, a imprensa local é mais opinativa que informativa, discute os problemas e interfere nos bastidores da política, ao mesmo tempo que denuncia e dá azo a mexericos, em alguns casos comprometida com o poder político vigente.

A questão do amadorismo é também levantada por Luís Sobral e Pedro Magalhães, que chamam a atenção para a inexistência, em muitos casos, de uma carteira profissional, o que, no seu entender, não invalida que todo e qualquer correspondente seja obrigado a seguir um código deontológico: “O estatuto de amador ou apenas curioso não desculpa erros ou faltas mais ou menos graves. O leitor ou o visado por uma informação incorrecta não tem obrigação de conhecer a situação laboral de quem escreve.” (1999:25). Quer se encare a profissão a tempo inteiro ou simplesmente como um mero passatempo, tanto o jornalista como o mero curioso com jeito para a escrita, deve assinar o artigo e responsabilizar-se por cada palavra que é publicada.

Outro indicador que alguns autores apontam para fundamentar a fragilidade e amadorismo deste setor é o facto de “a periodicidade mais frequente na imprensa regional ser a mensal (43%), seguida da semanal (30%) e da quinzenal (23%).” (Duarte, 2005: 45). Um menor número de edições implica, quase sempre, um menor número de profissionais. Segundo a ERC, quanto menos espaçadas forem as edições, maior será a redação do periódico. Nesse sentido, não é de estranhar os dados que mostram que, do conjunto das publicações regionais com mais de 5 jornalistas, 96,3% eram diários ou semanários (2010: 302).

Adianta o mesmo estudo que, em Portugal, a maioria das empresas de comunicação regionais apresenta apenas entre 1 a 3 trabalhadores, registando-se ainda a existência de empresas sem quadro de trabalhadores. Este indicador demonstra com especial evidência o longo caminho que

os *media* regionais têm de percorrer para combater a falta de profissionalismo que ainda vigora no setor. Como refere João Carlos Correia (1998), a presença de colaboradores e voluntários nas redações regionais não só “compromete a independência editorial do jornalismo regional” (1998: 6) como serve de desculpa para impedir a formação de redações profissionalizadas.

Os dados recolhidos por Duarte confirmam a tese de Correia e demonstram que os *media* regionais não têm investido o suficiente na situação laboral dos seus colaboradores. “Mais de 52% dos jornais regionais e locais não têm nenhum jornalista a tempo inteiro” (2005: 58). Neste âmbito merece ainda particular destaque o elevadíssimo valor de mão-de-obra voluntária neste sector: 98,2% no ano de 2000.

Por outro lado, e ao contrário do que acontece nos *media* nacionais, onde cada elemento sabe perfeitamente a função que deve desempenhar, nos *media* locais existe uma maior transposição de tarefas que se pode explicar pela escassez de meios humanos, mas também materiais. Segundo a ERC (2010), 18% dos inquiridos admitiu desempenhar mais de uma função no jornal, sendo também relevante que mais de metade da amostra exerça adicionalmente funções fora da respetiva publicação.

Este mesmo estudo chegou também à conclusão que a maioria das empresas deste setor são microempresas (80%), cujo volume de negócios não excede os 2 milhões de euros e o número de trabalhadores é inferior a 10. Apenas 1% das empresas de imprensa regional e local correspondem a empresas de média dimensão (ERC, 2010: 202).

Para além do escasso número de jornalistas, convém sublinhar a precária situação contratual da maioria dos profissionais da imprensa local e regional. Manuel chama a atenção, com base num estudo realizado pela Obercom, para os vencimentos muito baixos e, em alguns casos, meramente simbólicos ou até inexistentes, o que leva a que muitas das publicações recorram ao voluntariado (muitas vezes de pessoas sem carteira profissional) para preencher as páginas do jornal. Tal situação origina que, “tanto a nível de conteúdos como de apresentação, a qualidade seja realmente inferior à dos seus congéneres de âmbito nacional ou à dos regionais já profissionalizados.” (2008: 3). A situação profissional dos jornalistas é também mencionada por Fidalgo, citado por Catarina Rodrigues, que lembra que “[é] justamente numa era de exponenciação de informação, e correspondentemente da sua fragmentação, que os jornalistas profissionais se tornam mais necessários.” (Fidalgo *apud* Rodrigues, 2008: 5-6).

Convém não esquecer que, em muitos distritos, a imprensa regional e local é bastante mais lida do que a nacional, mas é de realçar que os jornais regionais mais lidos são também aqueles que apresentam melhores conteúdos e fundamentam a sua existência num modelo que já pode ser definido de empresarial e profissional (Duarte, 2005).

A falta de profissionalização dos *media* locais é também mencionada no estudo promovido pela ERC, para quem a profissionalização é “uma questão crucial na dignificação e desenvolvimento da imprensa local e regional.” Para o regulador, além da escassez – e em alguns casos até ausência - de quadros profissionais no plano jornalístico e de gestão, “acresce a falta de informação, nomeadamente nos planos jurídico e regulatório, o que é apontado como constituindo um obstáculo ao desenvolvimento independente da actividade” (2010: 110).

Por sua vez, Duarte considera que o voluntarismo e o amor à causa já não conseguem, por si só, assegurar a subsistência de um projeto jornalístico viável e capaz de fazer face à feroz concorrência do setor. Tais atitudes apenas serão levadas em linha de conta se a elas estiver agregada “uma maior racionalidade de gestão e desenvolvimento dos projectos e na consolidação da qualidade e do profissionalismo” (2005: 198). Adianta o mesmo autor que o amadorismo de muitos funcionários destes órgãos, associado aos fracos conteúdos e à aposta quase inexistente na formação de novos valores, levou a que a informação de proximidade fosse, durante muitos anos, vista como o «parente pobre» dos *media* nacionais.

Parece claro, e até lógico, dizer que a imprensa regional conseguiu conquistar um espaço na sociedade portuguesa que jamais perderá, quanto mais não seja porque haverá sempre alguns idealistas que rejeitam submeter as suas publicações ao poder dos grandes grupos económicos. Homens e mulheres que têm no seu jornal de pouca expressão um motivo de sobrevivência ou de casmurrice, mas sobretudo de orgulho. Um «filho», dirão mesmo alguns mais apegados, que lhes permite exercer o direito democrático à opinião livre e a emancipar a vontade do povo. Todavia, afigura-se cada vez mais negro e estrangulador o futuro para esses órgãos familiares que assentam a sua existência na lógica do amadorismo empresarial.

Este género de empresas faz parte da “estrutura simples” veiculada por Henry Mintzberg (1995). Trata-se de empresas onde o poder está centralizado numa única pessoa, onde não há formalismos nem elevados graus académicos. Empresas onde as funções de cada um não estão muito bem especificadas e onde geralmente não existe um elevado grau de especialização, nem funcional, nem social. Costumam estar situadas em mercados estáveis e também por aí se

compreende a dificuldade destas empresas subsistirem na comunicação social, que se caracteriza por ser um meio cada vez mais dinâmico.

Santos acredita que existe qualidade na imprensa de proximidade portuguesa, mas lamenta que continuem “a faltar empresários capazes de implementar a profissionalização da imprensa regional no plano jornalístico, técnico e comercial.” (2008: 30). Com efeito, a maioria dos responsáveis das publicações do setor parece, segundo a ERC, estar a par das dificuldades que um produto amador acarreta. Uma das suas principais preocupações é a determinação do papel da imprensa regional e local e a criação de regulamentação própria que permita distinguir neste universo quais são as publicações profissionalizadas e aquelas que vivem de donativos ou da boa vontade alheia e que contam apenas com colaboradores voluntários e estagiários. Neste sentido, a ERC defende “a necessidade de revisão da Lei de Imprensa e do Estatuto da Imprensa Regional no que respeita à classificação de publicações periódicas e ao seu enquadramento normativo.” (2010: 106).

Outra das características que estão geralmente associadas a estes meios é o facto de ter vendas em banca meramente residuais. Até há bem pouco tempo, estes periódicos eram maioritariamente distribuídos por correio através do porte pago, o que levava a que muita da chamada imprensa de proximidade estivesse, em larga medida, dependente do beneplácito do Estado para levar as suas edições até casa dos leitores. Mais grave ainda, a maioria dos títulos que beneficiavam da maior percentagem de porte pago não tinha um único profissional com contrato de trabalho, fator que Duarte considera ser “bem revelador do amadorismo deste sector.” (2005: 46). Assim, importa, pois, fidelizar leitores através da venda de jornais por assinatura, dada a exiguidade do mercado. “A venda por assinatura configura o jornal como um objecto que faz parte da realidade das famílias.” (Correia, 1998: 6).

Santos também concorda com a redução gradual do porte pago, por se tratar de uma situação que

“vem acabar com alguns abusos que convidam ao envio de jornais a bastantes não-assinantes e à manutenção de publicações com poucos ou quase nenhuns assinantes, mas orgulhosas das grandes tiragens, com base nas quais angariam publicidade em prejuízo dos concorrentes” (2008: 89).

A mesma autora aborda igualmente a questão das vendas residuais, mas mais do ponto de vista ético. Considera Santos que o facto de muitos jornais regionais terem vendas residuais é uma situação que não pode ser descurada, pois pode levar a que o interesse público seja

frequentemente substituído pelo interesse do público, substituindo os critérios jornalísticos por critérios financeiros que apenas têm em linha de conta as audiências.

E, com efeito, as audiências mostram que a imprensa regional é lida e que não deve ser desprezada. Como tal, não é de estranhar que os órgãos nacionais estejam cada vez mais atentos ao valor-notícia da proximidade e há autores que mencionam isso mesmo. Santos (2008), por exemplo, dá ênfase à crescente importância que a questão da proximidade tem vindo a registar, não só nos órgãos regionais como nos nacionais. Assim se explica a criação, por parte de alguns diários generalistas, de edições de Norte, Centro e Sul, por exemplo.

Todavia, ao contrário dos principais órgãos de comunicação nacionais, que entretanto foram adquiridos e associados a grandes grupos empresariais, muitos dos títulos regionais mantiveram uma postura demasiado conservadora e amadorista, decisão que culminou com o encerramento de numerosas publicações. E muitas mais tenderão a encerrar com a crescente diminuição de benefícios estatais, nomeadamente o desaparecimento definitivo do porte pago. De qualquer forma, importa salientar que o mercado dos órgãos regionais está longe de estar fechado. Face à cada vez maior concorrência existente nos *media* nacionais, tem-se verificado um interesse crescente por parte de alguns grupos empresariais em apostar na imprensa regional, situação que leva a que, hoje em dia, os jornais regionais e locais já não concorram apenas entre si.

O papel do Estado em todo este processo é, aliás, um dos pontos que gera mais celeuma e controvérsia, não só entre os investigadores como entre os administradores de empresas jornalísticas de proximidade. Santos defende que a atitude paternalista do Estado português tem vindo a limitar o mercado regional e não a incentivar à leitura como seria expectável. Aliado a esse problema, deparamo-nos com demasiados títulos e muito dispersos, que contribuem de sobremaneira para vincar os fracos hábitos de leitura por parte da população.

Por sua vez, Duarte considera que o Estado pode e deve ter um papel interventivo sem, todavia, se substituir à classe empresarial da zona. Acima de tudo, importa privilegiar a qualidade dos produtos comunicacionais, não continuando a investir dinheiro dos contribuintes em projetos jornalísticos sem qualidade, sem leitores e totalmente obsoletos. Duarte está seguro de que os apoios estatais contribuíram de forma muito evidente para que a maioria dos *media* regionais apresentasse estruturas débeis e pouco qualificadas porque, ao invés de promoverem a leitura e assegurarem a independência de alguns meios, “apenas têm servido para distorcer o mercado, prejudicando inclusivamente os meios que se batem por uma maior qualificação e

profissionalização.” (2005: 17). Face a essa postura, o Estado decidiu ajustar os apoios concedidos e reduziu a percentagem do porte pago, aumentou o leque de incentivos, apostou mais na formação e qualificação do sector e premiou o risco e o profissionalismo (Duarte, 2005).

Recorde-se que estes subsídios estatais “foram introduzidos na tentativa de inverter o declínio da imprensa verificado no pós-guerra e, assim, defender-se do pluralismo.” (ERC, 2010: 124). Durante décadas, foram o garante da existência de centenas – senão milhares – de títulos pouco estruturados e que em nada promoviam o incentivo à leitura. Por se revelarem ineficazes e demasiado onerosos para os cofres do Estado, estes têm vindo a ser progressivamente diminuídos para que o mercado absorva todas as empresas que se revelem incapazes de subsistir por si só.

Segundo a ERC, estima-se que os apoios diretos e indiretos do Estado à imprensa local e regional entre 1999 e 2012 ascendam a 262 milhões de euros mas não deixa de realçar as alterações significativas que se têm verificado a este nível: em 2003 o Estado apoiava em mais de 1,5 milhões de euros a imprensa local e regional ao passo que, em 2009, esse valor era de apenas 147.000 euros, o mais baixo no período temporal de dez anos. O número de publicações beneficiárias do porte pago/incentivo à leitura também tem vindo a decrescer gradualmente. Em 2000 havia 717 títulos a beneficiarem deste apoio, ao passo que em 2009 o número era de apenas 229 empresas.

São números como os supra mencionados que originam que autores como Duarte considerem que a manutenção do porte pago se assemelhe “a sobrevivência de um modelo de atraso estrutural” (2005: 61), que falhou claramente no objetivo de promover a leitura e que acabou por se tornar num “incentivo à proliferação de títulos sem qualidade, incapazes de constituírem um meio de enriquecimento cultural ou informativo das populações.” (2005: 60-61). Apesar da ineficácia desta medida estatal, muitas das microempresas que constituem este mercado entendem que o Estado deveria continuar a apoiar a imprensa de proximidade na distribuição, até porque essa não é a única lacuna dos *media* locais e regionais. A dificuldade de angariação de publicidade é tida como o maior problema, ao qual se juntam também as limitações ao nível da distribuição, a falta de recursos humanos e o excesso de concorrência (Duarte, 2005).

Numa altura em que se falou dos apoios estatais não podemos todavia deixar de referir a ausência de auditorias obrigatórias à circulação e tiragem da imprensa regional e local, situação que conduz “a que as tiragens declaradas por publicações não auditadas pela Associação

Portuguesa para o Controle de Tiragem e Circulação não sejam sujeitas a qualquer tipo de controlo” (ERC, 2010: 108), o que motiva desconfiança de possíveis interesses publicitários.

O mesmo problema é levantado por Faustino (2005), que apela a uma maior transparência do setor, quer para leitores, quer para anunciantes. O autor defende a ideia de se efetuar um estudo mais amplo sobre as audiências deste segmento e aponta para a fusão de empresas de comunicação social regional ou a negociação de publicidade com a mediação de agências de meios como ideias para que o sector navegue, no futuro, em águas menos turbulentas.

Por outro lado, Faustino considera que a imprensa regional “pode constituir uma real oportunidade para as empresas de imprensa de maior dimensão diversificarem o seu portfólio de negócio” (2005: 232), uma vez que ainda reina neste setor uma apatia generalizada que poderá ser aproveitada por grupos empresariais da área da comunicação para entrar num segmento que ainda pode crescer exponencialmente, não só a nível publicitário, como em termos do profissionalismo com que a informação é veiculada.

Santos partilha da opinião anterior e salienta que o processo de concentração pode ser a salvação de muitos pequenos meios de comunicação. Contudo, a autora alerta que a integração em grandes grupos económicos pode também revelar-se perversa e demasiado redutora, pois pode traduzir-se numa ameaça ao pluralismo de ideias. Para a investigadora, quanto mais meios estiverem agregados, mais limitado ficará “o leque possível das temáticas, das opiniões, das perspectivas e das sensibilidades”, uma vez que “a expressão da diversidade e da diferença fica assim dependente dos interesses do poder proprietário.” (2008: 23) Na ótica de João Carlos Correia, ao contrário dos *mass media* onde a publicidade dita leis, os jornais regionais não estão tão sujeitos às conjeturas do mercado. Assim sendo, defende que o jornalismo regional “pode ser o modelo de uma problematização da racionalidade exercida no seio dos *media*.” (1998: 5).

Outra característica que muitas vezes está associada à imprensa regional é a inexistência de uma base sólida a nível económico-financeiro, que torna este sector bastante vulnerável. Anualmente extinguem-se largas dezenas – senão centenas – de títulos, ao passo que outros tantos vão surgindo num mercado em constante mutação. Aliás, parece claro para Santos (2008) que o sector da comunicação vive atualmente uma profunda crise para a qual aponta diversas explicações, nomeadamente a instabilidade do sector das telecomunicações, mas também as expectativas falhadas de crescimento devido à implementação da Internet, assim como à redução e suspensão de grande parte do investimento publicitário e da quebra das receitas publicitárias.

Também Duarte apelida a atual situação dos *media* lusos como “uma das mais graves crises do sector dos *media*” e define-a como “uma crise de identidade, de integridade, de estratégia e de organização, conjugada com uma gravíssima situação financeira.” (2005: 21).

A proximidade para com os seus leitores e anunciantes é uma das vantagens da imprensa regional face à nacional, mas Santos lembra que há que levar em linha de conta a obrigatoriedade de conciliar os interesses do público com os interesses públicos. Numa altura em que qualquer empresa jornalística procura, obviamente, maximizar o lucro proveniente das receitas publicitárias e exponenciar o número de leitores, surge uma dicotomia em que

“os condicionalismos [aos jornalistas] também são exercidos de forma indirecta pelos departamentos comerciais e de publicidade e até pela administração, na medida em que o jornalista tem de coexistir com outros profissionais que podem interferir no seu trabalho, dando-lhe um enquadramento comercial.” (2008: 43).

Na análise económico-financeira que realizou a uma amostra das empresas jornalísticas de âmbito regional existentes em Portugal, a ERC apurou que este é um sector ainda muito deficitário e que apresenta muitas vezes saldo negativo ao final do ano. Este indicador mais não é do que o reflexo de uma empresa jornalística cujo volume de negócios, faturação média e número de trabalhadores está muito aquém do expectável, pois a maioria das empresas que fazem parte dos meios de comunicação regionais e locais posiciona-se no nível mais baixo de faturação, ou seja, com um volume de negócios não superior a 100.000 euros por ano.

A escassez de publicidade comercial, que a ERC aponta como “a principal fonte de financiamento da imprensa regional e local, não obstante ser insuficiente, irregular e os descontos sobre os preços de tabela elevadíssimos” (2010: 107), aliada à crise económica, está na origem da fragilidade deste setor. Por outro lado, a chamada publicidade institucional constitui uma questão polémica entre a classe, porque “a fragilidade económico-financeira destes títulos justifica a importância conferida a este tipo de investimento publicitário, em alguns casos apresentado como parte relevante no financiamento das publicações.” (2010: 107)¹.

¹ Em termos numéricos, os valores recolhidos pela Entidade Reguladora apontam “a publicidade comercial como a principal fonte de receita da publicação (51,3%), sendo a segunda fonte de receita as assinaturas (24,3%). A publicidade institucional ganha predominância como a terceira fonte de receita da publicação (18,2%). Em quarto lugar os inquiridos colocaram as vendas em banca (23,8%) e, em quinto, a venda de outros serviços (5,6%). De referir que 17 dos inquiridos afirmaram não possuir quaisquer fontes de receitas fixas, apenas dependendo de donativos ou de outras fontes ocasionais.” (ERC, 2010: 304)

Por outro lado, existem em inúmeros jornais locais relações evidentes de dependência económica perante os órgãos autárquicos, frequentemente os principais anunciantes dos jornais locais e regionais. Tal situação é vista pelo Regulador como “um fator de fragilização da autonomia editorial e da independência perante o poder político.” (ERC: 2010: 109). Também Santos (2008), Peruzzo (2005) e Carvalheiro (1996) alertam para a relação da imprensa regional com o poder local e central, dizendo que esta não pode optar por um papel nem de subserviência nem de inimizade, sob pena de comprometer a qualidade da informação que veicula. É necessário encontrar um equilíbrio, por mais frágil que seja.

Aos problemas atrás mencionados, há que acrescentar ainda a entrada no mercado da publicidade de um número elevado de publicações gratuitas de âmbito local e regional e ainda de publicações eletrónicas, que passaram a disputar o mercado da publicidade comercial e institucional. As publicações de grandes superfícies e boletins municipais também podem fazer, em certa medida, concorrência à imprensa local e regional. Santos também chama a atenção para a alteração conjuntural que se registou após a entrada no mercado dos jornais gratuitos, traçando desde logo uma relação causa-efeito entre o aparecimento de periódicos deste segmento e o desaparecimento de inúmeras publicações regionais.

Face aos problemas e constrangimentos atrás expostos, impõe-se, no entender de vários autores, a reformulação de práticas e princípios instituídos e a busca de enunciados e soluções para os problemas. A ERC (2010) identifica vários aspetos merecedores de uma consideração e intervenção rápidas nos meios regionais, tais como: a necessidade de clarificação do estatuto da imprensa local e regional; a redução do “porte pago”; a escassez de publicidade comercial e institucional, a ausência de controlo de tiragens, o acesso às fontes de informação e respetiva independência perante os poderes locais, entre outros.

Por sua vez, Faustino (2005) considera que a imprensa regional só não se afirmou mais porque os projetos são muito pessoalizados e amadores, os recursos são escassos, assim como os estudos sobre o segmento, porque a televisão abarca a grande maioria do investimento publicitário e porque Portugal não é um país com hábitos de leitura. Já Correia (1998) prefere destacar a forte presença do leitor e do assinante na vida do jornal, que contrasta com a virtualização dos públicos que se verificam nos *media* de massa; a forte presença da elite regional junto da redação, nomeadamente nos artigos de opinião; a colaboração assumida com formas de associativismo; a recorrência de temas ou a resistência à conexão jornalismo-publicidade.

A reformulação de práticas e estruturas não significa, note-se, a desvalorização do jornalismo regional/local nem extingue a necessidade de estudos sobre os jornais regionais por parte dos investigadores, que têm estado principalmente focados nos meios de comunicação globais. Lowrey (2011), por exemplo, acredita que o jornalismo comunitário é encarado como um meio praticamente irrelevante para o panorama global, posição de que discorda veementemente, na medida em que defende a importância e o interesse dos estudos sobre o jornalismo regional.

3.4 - IMPRENSA LOCAL/REGIONAL FACE ÀS NOVAS TECNOLOGIAS

Como já foi mencionado nesta dissertação, o surgimento da Internet e consequente massificação informativa mudou radicalmente o paradigma comunicacional vigente. O recetor que, até então, era (quase) passivo, passou a ser um elemento ativo e a procurar, também ele, os conteúdos que melhor se adequam ao seu perfil. Tais mudanças obrigaram os *media* a adaptar-se e a repensar o seu público-alvo. Todavia, nem todos os *media* conseguiram acompanhar estes ventos de mudança e é neste limbo que parece encontrar-se uma parte significativa dos meios de comunicação locais e regionais portugueses, marcados pelo amadorismo dos seus conteúdos e pela dependência político-económica dos seus projetos editoriais.

António Silva socorre-se de uma ideia defendida pelo sociólogo francês Dominique Wolton para salientar que o aparecimento da Internet mudou radicalmente “a relação entre públicos e mediadores do espaço público” em virtude da vastíssima oferta que proporciona: “Se à televisão, à rádio e mesmo à imprensa está subjacente uma lógica de oferta, as possibilidades abertas pelas novas redes de comunicação electrónicas remetem para uma lógica da procura.” (2006: 11-12). Ao contrário dos *media* tradicionais, que oferecem ao público um produto com dia e hora marcada, no local habitual, a Internet permite ao cidadão “agir, sem intermediário, quando quiser, sem filtro nem hierarquia e, o que é mais importante, em tempo real.” (2006: 11-12).

O paradigma da comunicação alterou-se profundamente, deixando a mensagem de ser veiculada de «um para muitos» (característica da imprensa, da rádio e da televisão) para assumir as formas de «um para um» e «muitos para muitos», próprias da Internet. Assiste-se, pois, a um fenómeno de personalização do meio, em que os cibernautas assumem um maior poder de escolha e de seleção da informação que querem consumir. “A Internet veio permitir aos

utilizadores a passagem de uma situação quase passiva no acto de comunicação, para se tornarem membros activos no processo de definir o tipo de informação que pretendem.” (Silva: 2006: 62).

Também Camponez aborda a temática da personalização dos novos meios, ao lembrar a posição de Mercadé que mencionava que os novos *media* (nos quais incluía, por exemplo, o correio eletrónico ou o CD-Rom) “possibilitam formas cada vez mais personalizadas, segmentadas e interativas de comunicação, pondo cobro ao modelo tradicional da comunicação de massa” (2002: 110). Para o autor, esta personalização permite “a criação de «grupos desmassificados» que se constituem enquanto comunidades, mas não enquanto lugares.” (2002: 110).

Como já foi mencionado, as formas de acesso à informação modificaram-se e, pela primeira vez, o público passa a procurar informação em vez de apenas se limitar a recebê-la. Na verdade, “este processo de procura de informação não é muito diferente daquele que leva um leitor a uma biblioteca à procura de um livro que pretende ler.” (Silva, 2006: 54). A diferença reside na capacidade de oferta de um e outro meio, onde a internet leva clara vantagem: “A biblioteca está limitada pelo seu próprio acervo, na rede os limites são mais vastos.” (Silva, 2006: 54).

A expansão da Internet e conseqüente globalização da comunicação poderia, e deveria, ter sido aproveitada de outra forma pela grande maioria dos meios de comunicação regionais. A aparente não concorrência com os *media* nacionais, a escassez de profissionais habilitados para trabalhar em jornalismo, o trabalho precário e a pouca rendibilidade destes meios fragilizaram ainda mais este sector. A este respeito, Camponez opina que a industrialização da imprensa em Portugal passou ao lado da imprensa regional, colocando-a em segundo plano no contexto comunicativo da sociedade de massas. E ainda hoje há jornais locais e regionais que vivem com dificuldades, acomodados a uma forma de fazer jornalismo algo retrógrada e ultrapassada, esperançados em ver concretizadas as promessas sucessivas de apoio do poder local e central.

Todavia, e apesar das dificuldades verificadas por alguns meios de comunicação, não só regionais como também nacionais, é inegável constatar que, com as melhorias tecnológicas que têm vindo a ser introduzidas no mercado nacional, as barreiras comunicacionais vão sendo derrubadas e a massificação da informação é uma realidade que chega a cada vez mais lares. A Internet e o desenvolvimento das tecnologias de informação tornaram possível que cada cidadão tivesse acesso a uma quantidade praticamente infinita de dados, sejam eles texto, áudio ou vídeo, sendo também de realçar que o acesso à informação torna-se cada vez mais facilitado.

De acordo com Paulo Faustino, a introdução das novas tecnologias em inúmeras redações nacionais nas últimas duas décadas conduziu a “um dinamismo dificilmente comparável a qualquer outro período.” (2005: 7). Acredita o autor que as profundas transformações tecnológicas que se verificaram no setor nas últimas décadas possibilitaram “«queimar» algumas etapas e aproximar a realidade portuguesa da realidade das empresas de *media* dos países mais desenvolvidos” (2005: 7), ainda que “só num passado recente” é que “as práticas de gestão, estratégias de marketing e inovação tecnológica [...] começaram a fazer parte das preocupações dos empresários da actividade jornalística em suporte de papel” em Portugal (2005: 7).

No caso específico dos jornais regionais, o setor tem discutido sobre as deficiências do segmento porque, embora seja admissível que já se observam algumas mudanças positivas, nomeadamente ao nível dos conteúdos e do grafismo, na prática, pouco se avançou para conseguir ultrapassar duas fortes barreiras ao crescimento que insistem em fazer frente à imprensa de proximidade: a falta de adoção de um modelo de gestão empresarial eficaz e a quase inexistência de estratégias de marketing que potenciem as novas tecnologias.

Para se ter uma ideia mais exata da realidade no panorama local e regional em Portugal, a ERC realizou um estudo exaustivo com centenas de órgãos de proximidade e concluiu que, em 2009, os jornais locais e regionais que não possuíam edição eletrónica (41%) eram quase tantos quanto os que possuíam (45,5%). Os valores restantes dizem respeito a *blogs* e a edições exclusivamente *online*. De acordo com a Reguladora, “quanto mais espaçada é a periodicidade da publicação, menor a possibilidade de possuir página online” (ERC, 2010: 285) e, como já foi verificado anteriormente, as periodicidades mais recorrentes na imprensa de proximidade são a semanal e a mensal.

Para além da evidente melhoria comunicacional, a ERC faz questão de relembrar a importância dos sítios eletrónicos nos meios de proximidade para um público muito específico: os emigrantes. A lei da proximidade, tão importante nestas organizações, é utilizada pelas comunidades de emigrantes que se socorrem da familiaridade existente nos meios regionais para conseguir manter alguns laços de afetividade ao local que os viu nascer e onde, em muitos casos, ainda têm familiares.

Numa sociedade cada vez mais marcada pelo imediatismo das notícias, é importante, no entender de Silva, que os *media* nacionais caminhem para uma convergência de interesses e uma partilha de recursos. Os *media* que mais rapidamente perceberem a importância desta futura

convergência de meios serão os primeiros a perceber que a concorrência entre diferentes plataformas de publicação de notícias tem os dias contados. E porquê? Porque “jornais, rádios, televisões e Internet, mais do que concorrerem entre si, encontram nos parceiros complementaridades e oportunidades de expansão.” (2006: 44-45). Com efeito, esta partilha de interesses poderá beneficiar diversos projetos de diversas plataformas comunicacionais, ajudando-os a expandir-se e a produzir mais conteúdos com menos recursos. Também Faustino defende que a complementaridade de meios, nomeadamente no que diz respeito à imprensa regional, deve ser explorada entre os suportes *online* e papel, sendo que “o sucesso poderá residir numa estratégia de complementaridade.” (2005: 186).

Este novo tipo de jornalismo multimédia obriga, naturalmente, os seus profissionais a adquirirem novas práticas de laboração e a expandirem e adequarem os seus conhecimentos relativamente às novidades que vão surgindo nas tecnologias de informação. É nesse âmbito que Silva recorre a uma ideia de Jane Stevens para sublinhar que, no futuro, o jornalista terá que ser muito mais que um mero escritor de notícias isentas e imparciais: “Utilização de ferramentas de edição e criação de páginas na Internet, programas de edição de áudio e vídeo, tratamento de imagem, criação de gráficos animados, são algumas das tarefas que os jornalistas multimédia deverão dominar.” (2006: 51).

Duarte também aborda este assunto, salientando que é imperioso que os *media* locais expandam os seus horizontes e abram as suas portas às redações multimédia de forma a conseguirem atingir determinados pressupostos como a promoção da leitura, desenvolvimento de parcerias estratégicas ou incentivo à formação e contratação de profissionais da comunicação. (2005: 175) .A formação é, aliás, considerada uma das prioridades deste sector, defendendo o autor que “a concepção e execução das actividades formativas não deverá estar confinada à área específica da redacção”, uma vez que “é importante munir os principais responsáveis das empresas jornalísticas regionais e locais de conhecimentos teóricos e práticos na área da gestão.” (2005: 184).

No campo da imprensa regional, a criação ou extensão dos conteúdos jornalísticos às edições *online* tem vindo a ser estimulado pelo governo através de incentivos tecnológicos. Porém, este apoio apenas tem sido aproveitado por um número ainda reduzido de empresas. Em 2002, num universo de mais de 600 empresas, apenas 85 tinham aderido a este incentivo. Para o autor, esta estranha posição tem uma explicação simples: “Para além da incapacidade de investimento e falta

de preparação para apresentar uma candidatura neste domínio, os responsáveis de muitas empresas de imprensa regional ainda não se aperceberam das sinergias que se podem obter entre o jornalismo em suporte electrónico e em papel.” (Faustino, 2005: 177).

O mesmo autor lembra-nos também que a necessidade de a imprensa se adequar em cada momento às novas tecnologias eleva fortemente o custo do seu produto. Todavia, ao investir tecnologicamente, a empresa inova e reforça a sua posição de mercado, pois se os custos crescem, também aumenta o seu valor. Por outro lado, as novas tecnologias têm sido tradicionalmente um aliado da imprensa e Faustino não vê motivos para agora o processo ser diferente:

“Se a imprensa conservar algumas das suas principais características – credibilidade, facilidade de leitura e transporte – e aproveitar as novas tecnologias para encurtar os processos e ciclos de produção e promover o produto junto de novos públicos, então irá reforçar a sua capacidade competitiva.” (2005: 186).

O Estado será, seguramente, uma das partes interessadas nesta adequação dos *media* regionais aos tempos modernos e são esses projetos que deverão ser apoiados pelo poder central. Diz-nos Duarte, citado por Faustino, que “o Estado deve privilegiar as empresas que investem e arriscam mais no desenvolvimento da sua actividade jornalística e, por outro, as empresas jornalísticas devem aproveitar melhor os apoios para desenvolver actividades que acrescentem valor aos proprietários, colaboradores e cidadãos.” (Duarte *apud* Faustino, 2005: 10).

Em jeito de conclusão sobre este tema, socorremo-nos, uma vez mais, de um pensamento de Faustino, que considera que a imprensa local e regional não tem que olhar para a inovação tecnológica como um inimigo mas sim como um aliado: “A verdadeira questão não é se os jornais vão sobreviver no século XXI, mas que tipo de jornais existirão. Os novos meios não são os seus maiores inimigos; pelo contrário, o seu maior inimigo pode estar dentro da mesma classe, se não for capaz de se adaptar às inevitáveis mudanças.” (2005: 186).

3.5 - MEDIDAS PARA MELHORAR O SETOR

No entender de vários autores, “futuro”, “sucesso” e “imprensa regional” serão palavras que só poderão ser conjugadas na mesma frase se se promoverem determinadas apostas neste setor, nomeadamente a profissionalização de mais e melhores jornalistas, a concentração da grande maioria dos meios regionais em grupos comunicacionais financeiramente sólidos, a introdução de

incentivos financeiros estatais que visem estimular a leitura em Portugal e um correto aproveitamento da tecnologia digital e da globalização da informação.

Com efeito, apesar da importância evidente do jornalismo de proximidade a nível nacional, ainda há muito para fazer neste setor. Santos alerta precisamente para o longo caminho que ainda há para percorrer, comparativamente a outros países europeus, lembrando os exemplos de França e Inglaterra “onde estes jornais chegam a atingir tiragens na ordem das centenas de milhar, ultrapassando nalguns casos as tiragens de jornais nacionais de grande influência.” (2008: 28).

Juliana Ribeiro acredita, por sua vez, que os jornais locais e/ou regionais, ao abordar questões locais mas de interesse público, tornam-se mais próximos dos leitores, dando-lhes voz e oportunidades para reivindicar, questionar e discutir problemas do seu interesse. Embora muitos profissionais do ramo ainda o critiquem veementemente, o jornalismo regional pode ser “uma alternativa à problemática do cidadão não-atuante no debate público.” (2006: 4).

Por sua vez, Camponez caracteriza o jornalismo regional, no que respeita ao fenómeno da concorrência, como uma alternativa “num contexto mediático cada vez mais exigente em termos financeiros e onde só os grandes parecem ter lugar.” (2002: 115). Já Faustino defende a importância da imprensa regional e local, salientando o seu papel de “promoção da coesão das populações e divulgação das empresas e demais instituições locais.” (2005: 241-242).

Em Portugal existem alguns projetos jornalísticos, de âmbito regional, sólidos e de qualidade, os quais têm o apoio do governo, por forma a manterem-se sustentáveis e de acesso fácil aos cidadãos. No entanto, para que a imprensa regional consiga subsistir, captando mais leitores e apoios publicitários, torna-se imprescindível, na opinião de Duarte (2005), acabar com projetos sem qualidade. No entender do autor, “a excessiva pulverização de títulos de imprensa regional e rádios locais deixa a maior parte dos órgãos de comunicação social regional em situação de grande fragilidade económica, o que não favorece a independência editorial.” (2005: 72). De forma a dotar a imprensa de proximidade de mais qualidade, mais profissionalismo, melhores meios e maior qualidade no produto final, o autor defende a introdução, por parte do Estado, de um modelo que se situe algures entre o liberal – que preconiza que a empresa jornalística se deve submeter, como qualquer outra, à lei da procura e da oferta, sem proteção por parte do Estado – e o amador e protecionista – que confere ao Estado a obrigatoriedade de ajudar de forma contínua os meios de comunicação. Assim, Duarte sugere a introdução no mercado português de um modelo empresarial capaz de assegurar a liberdade de expressão, a pluralidade

das empresas e a manutenção dos postos de trabalho. Maior diversidade de apoios, mais iniciativa, mais responsabilização, mais justiça social e maior equidade são as cinco bandeiras defendidas pelo novo modelo, que considerada o mais adequado à realidade do país e do sector.

De facto, são vários os desafios que a imprensa regional enfrenta para conseguir resistir. Para a ERC, as tendências que poderão estar na base futura da evolução da imprensa local e regional são: “estratégia multimeio (participações em diferentes *media*); integração em grupos (integração em grupos de comunicação social com diferentes meios de comunicação); tecnologias digitais (projectos editoriais distribuídos exclusivamente na internet).” (2010: 111).

Já Jorge Pedro Sousa (2002) aponta para a promoção de conteúdos de qualidade como o principal desafio, uma vez que a quantidade de projetos é elevada, mas a qualidade é reduzida. Outra barreira identificada pelo autor consiste na definição do seu papel, num mundo em crescente globalização e onde se verifica um decréscimo da importância do local. A imprensa regional e local tem de se afirmar e ocupar o seu lugar na globalização, nomeadamente através do recurso às potencialidades do *online*.

Um terceiro desafio consiste na competição gerada pela regionalização de vários jornais nacionais, que já possuem edições regionais. Alguns estudos de mercado comprovam o interesse do público pelo jornalismo de proximidade, facto que explica esta recente tendência ameaçadora, uma vez que os pequenos jornais regionais, caracterizados pelo pouco profissionalismo, têm mais dificuldade em obter investimento publicitário, tornando-se menos competitivos.

Adianta Sousa que outro desafio concorrencial prende-se com a emergência dos jornais gratuitos, cuja concorrência incide apenas nas áreas mais densamente povoadas. Por outro lado, também a profissionalização e o desenvolvimento empresarial podem transformar-se numa barreira à subsistência da imprensa regional. Isto porque as empresas de jornalismo regional devem adotar estratégias, assentes no respetivo corebusiness, que totalizem políticas editoriais, políticas comerciais e de marketing, estabelecendo uma política de recursos humanos baseada na contratação de profissionais, nomeadamente jornalistas, *designers*, técnicos de marketing e gestores. Projetos pessoais de escassos recursos e reduzida dimensão tornam-se cada vez mais insustentáveis pelo que Sousa defende “a concentração e fusão de jornais regionais e locais” (2002: 17). como uma das possíveis soluções para ultrapassar este desafio. Esta estratégia poderá, aliás, ser vista como uma salvaguarda da independência face ao poder político, religioso e autárquico, que surge como um obstáculo à persistência da imprensa regional. Frequentemente,

pequenas publicações dependem financeiramente das autarquias, sendo-lhes difícil abdicar desse conforto, mas Sousa acredita que a independência editorial continua a ser o melhor caminho.

A capacidade da imprensa regional e local em cativar leitores, obter receitas, captar publicidade e ganhá-la à televisão e à imprensa nacional, num sector onde o mercado é limitado, são exemplificações de como a imprensa regional tem a sobrevivência condicionada. Por um lado, pela falta de recursos e visibilidade, por outro pela necessidade de ser capaz de comunicar, de vender o produto e de mudar os fracos hábitos de leitura das populações.

Sousa (2002) finaliza a sua proposta destacando a tendência recente da concentração, fenómeno que se apresenta simultaneamente como oportunidade e ameaça. Por um lado, viabiliza a resolução de problemas financeiros das publicações, promovendo a qualidade do jornalismo praticado, permitindo o aproveitamento de sinergias entre as empresas do mesmo grupo (produção de conteúdos de qualidade) e solidificando a independência face aos poderes políticos e religiosos locais. Por outro lado, torna o jornalismo regional dependente do grande poder económico, colocando em causa o pluralismo, dificultando a autonomização dos conteúdos face às políticas editoriais dos grandes grupos e dificultando a obtenção de emprego por jornalistas descontentes com as políticas editoriais.

Já Correia defende o aparecimento de um novo jornalismo regional, algo que implica o aparecimento de profissionais que assumam o compromisso de desenvolvimento regional, mas que, simultaneamente, ambicionem fazer parte de um produto comunicacional de qualidade. Na procura deste novo modelo jornalístico, o Estado deve ter um papel ativo na manutenção dos incentivos à imprensa de proximidade, pois dessa forma estará a garantir a pluralidade de ideais. Por outro lado, deve manter “uma cultura de intervenção regional que não descure a identidade nacional”, porque “só os jornais regionais, além mesmo das próprias universidades, escolas e associações chegam a todos os cidadãos.” (1998: 7).

Uma vez identificados os desafios que o jornalismo de proximidade tem de enfrentar para alcançar sucesso, é importante o estabelecimento de medidas para o efeito. Para isso, Faustino considera que “é importante que os responsáveis pela gestão e organização das empresas afectas à produção de informação regional/local sejam os principais agentes e mentores da profissionalização da imprensa regional” que “deve ser capaz de gerar riqueza e de satisfazer necessidades de certos colectivos da sociedade, contribuindo, desta forma, para o desenvolvimento económico e social das respectivas regiões.” (2005: 28). O autor defende uma

gestão profissional e rigorosa dos recursos humanos, das despesas e da aplicação das receitas. Isto porque o excessivo número de publicações e a falta de um espírito empresarial e empreendedor são apontados como fatores que conduziram à fragilidade deste setor.

Uma das medidas propostas para recuperar a estabilidade e a credibilidade da imprensa regional é a independência dos meios de comunicação social do Estado, que garantem uma maior liberdade e pluralidade de ideias. Neste sentido, foi proposta uma reestruturação empresarial dos vários canais e estações de rádio (Duarte, 2005). Para o autor, seria decisiva uma reestruturação do Instituto da Comunicação Social (ICS)

“por forma a dar resposta às complexas necessidades da imprensa regional e das rádios locais. A sua lei orgânica e o seu funcionamento deverão ser adaptados à implementação de um novo modelo. Os actuais subsídios devem ser reequacionados. Os critérios da sua atribuição deverão ser revistos.” (2005: 72-73).

Uma vez que o jornalismo de proximidade apresenta ainda deficiências estruturais, Duarte afirma que este beneficiaria se fossem constituídos novos grupos comunicacionais com parcerias estratégicas de âmbito nacional e regional. Por enfrentarem situações financeiras delicadas e se aperceberem do panorama concorrencial atual, muitas empresas regionais demonstram abertura e expectativa ao eventual estabelecimento de parcerias (2005: 102). Para o autor, eventuais parcerias permitiriam encarar a imprensa regional de outro modo, em termos publicidade, uma vez que esta detém uma percentagem insignificante do mercado publicitário. Para melhor ilustrar o panorama nacional, relembremos que a faturação publicitária do *Jornal de Notícias* em 2000 era o dobro do total de faturação de publicidade de toda a imprensa regional em Portugal. Contrariamente ao que sucede em Portugal, em Inglaterra e França o segmento da imprensa regional tem um suporte de comunicação publicitária superior ao da imprensa nacional.

Sofia Santos também defende a criação de parcerias locais, inclusivamente com rádios locais, de forma a “evidenciar o jornal sem gastar muito dinheiro.” (2008: 75). A autora acredita que a entrada de grupos económicos estáveis na imprensa regional, seja através da fusão de vários órgãos, seja através de parcerias conjuntas, pode potenciar “os recursos humanos e materiais de cada órgão de comunicação social” e “permitiria ainda o estabelecimento e alargamento de uma relação forte entre o leitor, comunidade e jornal.” (2008: 96). Os *media* integrados em sólidos grupos empresariais terão, no futuro, mais probabilidades de ter um futuro estável e, ao mesmo tempo, combativo. Na opinião da autora, a imprensa regional saberá dar a devida resposta para sobreviver de modo rentável à globalização e concentração dos *media* na era

das novas tecnologias, mas tem de levar em conta “uma nova gestão e organização do negócio, valorizando as suas vantagens comparativas e aproveitando o potencial oferecido pelas novas tecnologias para explorar convenientemente os seus segmentos de mercado.” (2008: 13-14).

A concentração é uma das formas de os meios se unirem e fortalecerem, trabalhando em parceria e formando grupos empresariais fortes, capazes de fornecer um produto jornalístico e publicitariamente apetecível. No mercado da comunicação social regional também já se vão observando algumas situações de concentração, como é o caso do grupo *Diário de Coimbra*, que assegura mais de 70% da tiragem total dos diários regionais na região Centro e 30% da quota de mercado se analisarmos a sua posição neste segmento a nível nacional.

No atual contexto de crise, a publicidade é uma das primeiras despesas que os comerciantes e empresários locais cortam do seu orçamento. Para fazer face a essa queda nas receitas, diversos órgãos de comunicação regional começaram a dar espaço a publireportagens como forma de cativar novos clientes ou, em alternativa, manter outros. Sem qualquer valor-notícia, trata-se, na maioria dos casos, de pequenos textos promocionais, não assinados, que mais não são que publicidade encapotada e que o jornal «embrulha» como notícia.

Todavia, muitos são os representantes das agências e dos anunciantes que admitem que a imprensa está a ser subaproveitada, em particular, a imprensa regional, mas, na realidade, pouco se está a fazer para criar uma cultura e atitude de mudança: “O grande desafio da imprensa passa por uma “união do segmento” – baseado numa relação de complementaridade entre imprensa nacional mais imprensa regional – para fazer frente à hegemonia da televisão.” (Faustino, 2005: 250-251). E mais: “A profissionalização, a modernização tecnológica, a formação e as estratégias de marketing são a ponte que nos permitirá a travessia segura para enfrentar desafios, novos e renovados.” (José Orlando Rocha *apud* Paulo Faustino, 2005: 27).

A respeito desta questão, o autor destaca igualmente a opinião de João Palmeiro, Presidente da Associação de Imprensa Não Diária (AIND), que acredita que a fidelização de públicos e a gestão empresarial são essenciais para “um abandono gradual dos apoios do Estado e da total dependência das receitas publicitárias.” (Palmeiro *apud* Faustino, 2005: 27) Também o autor defende “uma maior autonomia das empresas jornalísticas regionais em relação aos incentivos do governo.” (Faustino, 2005: 27).

A descentralização informativa e publicitária é, cada vez mais, uma realidade nos grandes grupos comunicacionais, que se valem de parcerias estratégicas para entrar num ciclo de

competitividade por mercados locais e regionais. Por este motivo, Duarte (2005) acredita que, no futuro, apenas subsistirão no mercado da imprensa regional as empresas pró-ativas, que abdicarem do modelo amador e protecionista em que viveram mergulhadas nas últimas décadas. É necessário que o sector invista em modelos de gestão de qualidade, um marketing mais agressivo, com novas ideias para angariação de publicidade e grafismos mais interessantes. Uma maior profissionalização iria permitir o fortalecimento e a modernização dos *media* locais.

Outra medida proposta por Duarte (2005) baseou-se na implementação de um sistema de apoios nacionais coesos, que promovam o desenvolvimento do país à escala regional e local. Para isso, é preciso investir na formação de profissionais, modernizando os *media* para que no futuro dependam menos do Estado e mais do mercado. O autor aposta igualmente no incentivo à leitura da imprensa regional, especialmente em faixas etárias mais jovens, uma vez que a média etária dos leitores da imprensa regional tende a ser cada vez mais elevada.

4 - UM OLHAR SOBRE A IMPRENSA DESPORTIVA EM PORTUGAL

Em Portugal, o desporto começou a ganhar preponderância entre o final do século XIX e o fim da II Guerra Mundial, sendo a partir desse período que começou a ser olhado como fenómeno cultural. As primeiras notícias relacionadas com desporto começaram por aparecer em publicações generalistas e, de seguida, em suplementos desportivos das mesmas. Mais tarde, em 1893, surge aquele que terá sido o primeiro jornal desportivo, denominado *Velocipedista*, que se dedicava exclusivamente à modalidade de velocipedia (Martins, 2008).

A difusão da imprensa desportiva continuou a proliferar durante o período da Primeira República, mas seria já nos anos 30, aquando do nascimento do *Norte Desportivo*, que a imprensa desportiva ganhou maior destaque, posteriormente ampliada com a chegada ao mercado de *A Bola*, em 1945, e do *Record*, em 1949. *O Jogo* nasceria nos anos 80 (Martins, 2008).

Como já foi mencionado anteriormente, dois dos três jornais desportivos (*A Bola* e *Record*) que atualmente existem em Portugal encontram-se entre os três diários nacionais de maior audiência, um fenómeno que merece realce inclusivamente até quando comparado com o panorama europeu. Há até quem acredite ser possível “dividir o mercado em dois: os desportivos e os outros.” (Sobral e Magalhães, 1999:15).

Para se ter uma ideia mais concisa da audiência média dos jornais diários de âmbito desportivo, damos enfoque a um estudo realizado em 2008 pela Marktest (Macedo, 2008), segundo o qual o jornal *A Bola* liderava o segmento desportivo com uma audiência média de 8,5%, que correspondia a aproximadamente 705 mil leitores diários. Na segunda posição, surge o jornal *Record*, que registava 8,4 % de audiência média e 696 mil leitores diários. Finalmente, o jornal *O Jogo* ocupava a derradeira posição no segmento dos diários desportivos em Portugal mas, ainda assim, com valores bastante superiores à maioria dos generalistas: 449 mil leitores diários, que correspondem a uma audiência média de 5,4%. De realçar ainda que os três diários desportivos encontravam-se, em 2008, entre os cinco jornais diários com maior audiência média,

o que poderá deixar antever que os leitores estão satisfeitos com as opções editoriais dos mesmos (Macedo, 2008).

Apesar de as vendas de jornais em Portugal destacarem claramente a preferência de leitura dos portugueses no que diz respeito aos diários desportivos, este segmento jornalístico continua a ser, de acordo com Anabela Semanas Macedo (2008), um dos elos mais fracos do jornalismo e, em alguns casos, é inclusivamente encarado como um meio de mero entretenimento.

Numa classe onde ainda abundam preconceitos, os jornalistas desportivos parecem ser, de acordo com alguns autores, os principais visados por parte da classe jornalística, mesmo que o desporto – e mais concretamente o futebol – se reflita num movimento social capaz de arrastar um grande número de adeptos. Fernando Cascais refere isso mesmo, salientando que “se existe domínio onde o exercício do jornalismo tem de vencer preconceitos e derrotar mal-entendidos ele é o desportivo.” (Cascais *apud* Sobral e Magalhães, 1999: 7). Essa mesma ideia é partilhada por José Carlos Freitas e Rodrigo Pinto, para quem “não há jornalistas e jornalistas desportivos.” (Freitas e Pinto *apud* Sobral e Magalhães, 1999: 12). Os dois autores consideram errónea e desproporcionada a existência de tal distinção e lembram que “hoje muitos são os jornalistas possuidores de carteira profissional que trabalham nos órgãos de informação especializados em desporto.” (1999: 12).

Por outro lado, Macedo destaca um pensamento de Ribeiro acerca da influência que os *media* desportivos ocupam nas preferências do seu público, mas recorda que essa influência está associada a uma relação de dependência relativamente àquilo que as pessoas gostam de fazer e ler. “Há uma relação proporcional muito grande entre o que agrada às pessoas e o que está nas páginas dos jornais. Não se trata apenas de uma escolha editorial, vem antes reflectir a vontade que as pessoas têm em ler modalidades.” (2008: 56). Apesar de ser impossível alhear-se do interesse do público, Macedo ressalva, no entanto, que um jornal que se preze não deve, nem pode, deixar-se escravizar pelo seu público.

Diz a mesma autora que cabe às audiências determinar o caminho a trilhar pelo jornalismo: “O público é o avaliador: se compra/assiste, é porque a qualidade do mesmo está adequada aos seus gostos.” (2008: 56). Assim se explica que o futebol, mais mediatizado, vá ganhando predominância nos *media*, ao passo que as outras modalidades parecem caminhar em sentido oposto. E Macedo dá um exemplo concreto:

“Se, antes, a atleta olímpica Rosa Mota foi capa dos jornais, hoje, parece pouco provável que um atleta venha a repetir esse destaque. Os portugueses têm carinho por modalidades como o atletismo, o andebol e o hóquei em patins, mas não reagem como com o futebol.” (2008: 64).

Também José Viseu (2006) considera que as audiências de modalidades amadoras como o ténis, o boxe, os desportos motorizados ou o basquetebol estão ainda muito longe das do futebol, embora reconheça a sua importância. A ideia é partilhada por João Pedro Almeida (2008), que considera que o futebol evoluiu como espetáculo a partir do momento em que passou a ser mediado socialmente pelos *media* de massas, tornando esta modalidade um produto cultural para as massas. O autor fortalece o seu ponto de vista, exemplificando as alterações que têm sido introduzidas no desporto à escala global, como a alteração do horário dos jogos para beneficiar as transmissões televisivas ou a publicidade à volta das principais instituições desportivas e dos seus atuantes.

O destaque dado ao futebol nos jornais de âmbito desportivo leva Macedo (2008) a questionar se os portugueses gostarão de desporto ou simplesmente de futebol, uma vez que as restantes modalidades desportivas são consecutivamente relegadas para um plano secundário. O futebol é hoje o desporto mais mediatizado a nível mundial e, de acordo com a autora, a televisão teve um papel preponderante nessa explosão de visibilidade. A autora decide aprofundar a problemática e sublinha o caso português, onde “o culto das estrelas é restrito aos “heróis da bola” (2008: 28) e o motivo parece fácil de explicar: “O futebol é, em Portugal, o desporto-rei. No mundo, é “só” o desporto colectivo mais praticado.” (2008: 33). Também Almeida entende que o futebol se sobrepõe a todas as outras modalidades na generalidade do continente europeu, destacando-se também no número de adeptos que arrasta em todos os quadrantes sociais. O autor define-o mesmo como “o mais concorrido, transmitido e comentado espectáculo do mundo.” (Gonçalves *apud* Almeida, 2008: 10).

É indiscutível que não se pode dissociar o jornalismo desportivo do fenómeno que é o futebol, que tanto é vivenciado a nível global como a nível local. Ele é o desporto das massas, a modalidade que apaixona milhões de pessoas em todo o Mundo. Apesar disso, há investigadores que se insurgem contra a importância exagerada que os *media* atribuem ao futebol, nomeadamente em Portugal. João Pedro Almeida cita Carlos Daniel, que se insurge contra quem diz que este fenómeno é

“culpa do nosso atraso cultural e da nossa verde democracia, da falta de elites culturais e de outros hábitos de lazer, culpa de uma escolaridade de qualidade discutível, culpa da Comunicação Social que lhe confere demasiado espaço e tempo. [...] Ninguém tem culpa, nem tem de se desculpar, pela dimensão que o fenómeno atingiu.” (Daniel *apud* Almeida, 2008: 10).

Por seu lado, Macedo considera que a chave do sucesso deste segmento jornalístico encontra-se na complementaridade simbiótica que existe entre jornais e leitores. “[A] paixão do futebol alimenta os jornais desportivos e os jornais desportivos alimentam a paixão do futebol. De antemão, os leitores preferem o futebol, e claro que os jornais, ao cultivarem esse gosto, sustentam-no mais ainda.” (2008: 65).

Para Viseu, o comunicador é parte ativa do processo de influência, nomeadamente entre as classes menos informadas, que aceitam e adotam a sua posição e maneira de pensar face a um determinado assunto. “Os jornalistas do desporto devem não só valer-se dos conhecimentos únicos que detêm, mas também trabalhar as suas competências, mediando os acontecimentos desportivos através dos vários estilos jornalísticos.” (2006: 6).

Por sua vez, Felisbela Lopes (2006) destaca a aproximação do jornalismo desportivo às modalidades dramáticas, o que merece uma reflexão acerca do triângulo constituído por informação, realidade e responsabilidade social. Para a autora, essa aproximação não implica que um relato jornalístico, assente em sensações, desvie o jornalista do campo profissional.

Com efeito, o desporto é um fenómeno social, mas os jornalistas têm o dever de não se deixar intimidar. Não raras vezes, os fenómenos desportivos são utilizados como bandeira, mas também como ‘arma de arremesso’ para servir propósitos que nada têm a ver com a vertente desportiva. Sobral e Magalhães lembram como “uma vitória importante da equipa nacional pode ser mais eficaz do que cem discursos.” (1999:21).

Um evento desportivo vive muito do seu ambiente, das histórias secundárias por detrás da principal. Ele é “muito mais do que um conjunto de atletas em movimento.” (Sobral e Magalhães, 1999:21). Num jogo de futebol, por exemplo, os autores chamam a atenção para o jornalista prestar atenção aos pormenores que rapidamente se podem transformar na notícia principal, nomeadamente “ao que se passa nas bancadas, ao comportamento dos adeptos, dirigentes e convidados, antes e depois de um jogo. (...) Por vezes a acção principal decorre onde menos se espera.” (Sobral e Magalhães, 1999:21).

Almeida (2008) lembra também que a esmagadora maioria dos indivíduos não observa *in loco* os espetáculos desportivos pelo que são, necessariamente, os *media* que lhe fazem chegar o que de mais relevante acontece e são eles quem escolhem quais os atores sociais que merecem mais destaque no panorama comunicacional. Por outro lado, diz o mesmo autor, a relevância deste fenómeno desportivo vai muito mais além da duração dos jogos. Tanto nas vésperas como nos dias subsequentes, cada pormenor do jogo é potenciado ao máximo para que a audiência não “perca pitada” de um fenómeno que lhe está próximo. E tal como numa batalha, no futebol há invariavelmente vencedores e vencidos, que “ora se arrastam pelas ruas e empresas, combalidos e vulneráveis, numa reedição dos “vencidos da bola”, ora desfilam, triunfais e arrogantes, a sua superioridade de semi-deuses recém coroados no Olimpo.” (Gonçalves *apud* Almeida, 2008: 14).

O jornalismo atribui inúmeras vezes o papel de herói aos intervenientes, porque “o desporto tende a gerar extraordinárias respostas emocionais dos seus públicos” (Ruão e Salgado *apud* Almeida, 2008: 17), que são aproveitadas pelas organizações profissionais para maximizar os lucros através da exploração da lealdade e fervor clubístico dos fãs.

4.1 - CARACTERÍSTICAS DO JORNALISMO DESPORTIVO

Como é sabido, jornais generalistas e jornais desportivos apresentam diversas semelhanças entre si, mas também algumas discrepâncias. O grau de noticiabilidade de uma notícia de desporto é, seguramente, uma delas. O tratamento que é dado a um determinado assunto pode variar tanto no aprofundamento que é conferido a uma notícia como no ângulo que é privilegiado. Esta questão é abordada por Luís Sobral e Pedro Magalhães (1999), que dão como exemplo o despedimento de um treinador, que num jornal generalista pode ser apenas um elemento de uma notícia, enquanto num desportivo pode ser, por si só, o enfoque da peça.

Todavia, há um ponto em que, quer generalistas, quer desportivos, concordam mutuamente: a informação deve vir sempre separada da opinião. O que nem sempre é fácil, pelo menos aos olhos do leitor: “A análise de uma partida de futebol ou de qualquer outro desporto é uma tarefa subjectiva.” (Sobral e Magalhães, 1999: 47). E, de facto, numa área que mexe tanto com os gostos pessoais de cada leitor, é extremamente difícil, se não impossível, o jornalista escrever algo que seja unanimemente reconhecido como válido e verdadeiro, uma vez que “o adepto do

clube que perde raramente está disposto a reconhecer os méritos do adversário ou a análise crítica de quem conta o que viu.” (Sobral e Magalhães, 1999: 47).

Importa, pois, refletir sobre o que é, ou não, considerado opinião no jornalismo desportivo. Sobral e Magalhães socorrem-se do livro de estilo do jornal *Público* para distinguir informação de interpretação e de opinião, salientando, todavia, que todas elas têm lugar no jornalismo desportivo. “Relatar os factos é insuficiente. O leitor exige cada vez mais. É necessário interpretar com isenção, explicar por que motivo os factos acontecem.” (1999: 36).

O desporto é uma área da sociedade onde os sentimentos são muitas vezes exacerbados e explorados pelos jornalistas, mas também pelos intervenientes, diretos e indiretos do fenómeno jornalístico. A menor experiência de um jornalista poderá motivar que, em algumas situações, este seja utilizado como um meio para atingir um fim. Por detrás destes jogos de bastidores está não só um acicatado desejo de vitória mas também interesses pessoais e clubísticos de que o repórter se deve alienar. Com efeito, o jornalismo desportivo é, no entender de Sobral e Magalhães, “um terreno escorregadio, onde as regras estão longe de ser claras. Não entra nesta peça como actor principal mas o seu papel tende a ser mais importante que o de simples figurante. As tentativas de manipulação sucedem-se.” (1999: 56).

Sendo este um *mercado* onde fervilham as paixões clubísticas e que joga muito com as emoções de cada leitor, há situações em que é difícil para o jornalista apresentar artigos onde não seja colocada em causa a sua idoneidade profissional. Como referem Sobral e Magalhães, “a maior parte dos leitores e fontes não resiste à tentação de colocar um emblema e uma cor sobre cada jornalista desportivo.” (1999:20). Estas generalizações, muitas vezes abusivas, resultam não só de o ser humano ser visto como alguém cujas sensações influem na sua capacidade de informar de forma rigorosa, mas também do facto de estarmos perante uma área da sociedade que tanto une multidões como as afasta diametralmente. Escrever sobre desporto é, no entender de Sobral e Magalhães, “tentar objectivar o subjectivo”, uma vez que “[u]ma partida de futebol, por exemplo, será sempre passível de diversas interpretações.” (1999: 20).

Já Macedo opina que o jornalismo desportivo tende a enfatizar os feitos dos clubes e jogadores, por vezes, em demasia. Sublinha a autora que, em competições internacionais, existe uma tendência nítida para os emissores tomarem partido pela equipa do seu país: “[O]s clubes e selecções são vistas como óbvios representantes de Portugal no «mundo de nações».” (2008: 42).

A autora assume também que no jornalismo desportivo é difícil ser-se imparcial e objetivo e dá inclusivamente títulos de manchetes que já pudemos encontrar em jornais nacionais, casos de “Vençam por nós”, “Seleccção de todos nós” ou “Ganhámos”. Apesar da parcialidade evidente, Macedo destaca a aparente despreocupação que parece reinar entre os leitores relativamente a este aspeto: “São notícias feitas por portugueses e para os portugueses e nenhuma das partes parece incomodar-se com a exaltação do sentimento patriótico.” (2008: 43).

O dia-a-dia de um clube amador ou até mesmo dos escalões secundários não costuma despertar o interesse dos órgãos de comunicação social nacionais, mas também há ocasiões em que são notícia, porque algo de inusitado acontece (uma equipa da segunda divisão eliminar uma da primeira de uma competição, uma agressão ao árbitro ou um jogador que é cobiçado por clubes profissionais, por exemplo). De qualquer forma, a importância que os *media* nacionais dão ao desporto regional é ainda claramente insuficiente, mas existem alguns sinais positivos que merecem destaque. Num passado não muito longínquo, as peças eram escritas por pessoas da região sem qualquer formação em jornalismo, uma situação que, com o passar dos anos, tem vindo a alterar-se, pois “a imagem do curioso que vai ao fim-de-semana ao futebol e em seguida telefona para a redacção a dar as «linhas» pertence ao passado.” (Sobral e Magalhães, 1999: 24).

No entanto, há ainda situações que nem as marcas do tempo apagaram e que, ainda hoje, perduram no setor do jornalismo. Por um lado, dizem os dois escritores, o vínculo ao jornal pode prolongar-se por dezenas de anos, mas nunca deixa de ser uma ligação frágil e volátil. Por outro lado, esses mesmos jornalistas são confrontados com acusações de parcialidade que, mesmo sendo infundadas, sentem muita dificuldade para rebater em virtude do elevado grau de proximidade com os intervenientes: “Dizer sempre o que pensa, com imparcialidade e rigor, traz geralmente problemas num meio em que todos se conhecem.” (Sobral e Magalhães, 1999: 24).

É neste contexto que importa abordar os perigos e os benefícios da proximidade entre o jornalista local e as fontes. Se, por um lado, o trabalho jornalístico fica facilitado por, à partida, se aceder às fontes sem grandes dificuldades, por outro lado a existência de uma ligação estreita aos elementos vivos da notícia pode condicionar a imparcialidade de jornalista, que é confrontado com um dilema que tem de solucionar de forma moral mas também com profissionalismo e bom senso: “A escolha é muitas vezes inevitável: informar ou proteger o amigo? Do outro lado da equação está o leitor, que deseja saber.” (Sobral e Magalhães, 1999: 24-25). Mas se uma porta –

leia-se fonte – se fecha em reação a uma informação publicada, o jornalista não deve desistir do compromisso assumido de defender a verdade dos factos e o público para o qual escreve.

Ainda no que diz respeito às fontes, os autores socorrem-se de uma catalogação de Manuel López para distinguir as fontes em quatro categorias: as *próprias* que são “constituídas pelos jornalistas do órgão de comunicação”; as *institucionais* que “estão ligadas ao poder político, financeiro, religioso e até desportivo”; as *espontâneas* que geralmente “estão relacionadas com sectores em confronto com o poder”; e, por último, as *confidenciais-anónimas* que são “próximas do poder, perigosas, não dão a cara.” (Sobral e Magalhães, 1999:53). No entender de Sobral e Magalhães, estas quatro categorias poderiam ser aplicadas à área do desporto: a Secretaria de Estado do Desporto ou o Instituto Nacional do Desporto são apontados como fontes institucionais, enquanto treinadores, jogadores e empresários são encarados como fontes espontâneas. Já as confidenciais-anónimas são vistas como fontes espontâneas que podem adquirir este estatuto ao revelar factos que colocam em xeque as instituições, obrigando-as a agir.

Importa não esquecer que dois dos três jornais desportivos (*Record* e *A Bola*) encontram-se no «top 3» dos diários mais vendidos em Portugal. E conseguem-no, não só porque o desporto desperta paixões assolapadas e um sentimento de pertença a um símbolo nacional ou regional, mas também porque o tipo de linguagem utilizada no jornalismo desportivo tem como objetivo jogar com essas paixões. Na imprensa desportiva, a linguagem não muda muito de jornal para jornal e até existem expressões típicas que se repetem em todos eles, denotando um estilo completamente diferente do jornalismo generalista. Esta situação verifica-se porque este segmento está mais sujeito à mistura de opinião com informação. O discurso destes jornais está amplamente adaptado para o público-alvo visado, já que as expressões utilizadas, por vezes, implicam um conhecimento prévio de um conjunto de elementos que o público menos atento poderá não entender. “A linguagem adequada para um público, pode ser indecifrável para outro.” (Maciel, 2006: 49).

Com efeito, à semelhança do que acontece no jornalismo económico ou político, por exemplo, também o jornalismo desportivo apresenta um tipo de linguagem próprio, que nem sempre é entendível por quem não lê com regularidade notícias deste segmento. Sobral e Magalhães recorrem à expressão «futebolês» para lembrar que a recorrência a uma terminologia demasiado específica pode beneficiar quem se sinta à vontade com a base linguística da área do desporto, mas pode também condicionar o interesse do leitor não especializado: “Quem não

passou já pela experiência de ver alguém que não acompanha basquetebol perguntar o que são base, poste e garrafão?” (1999:29).

Também Ana Abiahy salienta que “o jornalismo especializado sente-se tentado a abordar os temas segundo uma linguagem específica” mas lembra que “quando esta linguagem é recebida em outras esferas pode ser considerada alheia.” (2005: 23). Ainda relativamente ao tipo de escrita da imprensa desportiva, Macedo relembra que os jornais deste segmento têm vindo progressivamente a adotar um estilo menos factual e mais sensacionalista, por forma a colocar “ênfase no drama e histórias de bastidores.” (Macedo, 2008: 64).

Mas nem todos os investigadores manifestam opiniões concordantes relativamente à linguagem jornalística. Felisbela Lopes, por exemplo, acredita que “um discurso jornalístico que absorve alegrias, tensões, ansiedades, explosões de contentamento e expõe tudo isso em registo directo poderá ser mais informativo do que o relato equidistante dos factos”, motivo pelo qual considera que “[a] equação que identifica a informação com a razão e o espectáculo informativo com a emoção revela-se, deste modo, demasiado limitativa.” (2006: 8).

Para além da escrita, também as imagens mereceram ênfase quando falamos de jornalismo desportivo, sejam fotografias, infografias, gráficos ou *cartoons* e Sobral e Magalhães recordam que “a nossa cultura tornou-se esmagadoramente visual” pelo que “[p]ara prender a atenção do leitor que desfolha o jornal as fotografias são ainda mais importantes.” (1999:61).

Os consumidores de notícias de jornais desportivos esperam que estas venham sempre acompanhadas de imagens, se possível a cores, que os ajudem a compreender uma peça ou, pelo menos, a torná-la mais atrativa visualmente. Mas, para que isso aconteça, fotografia e texto têm de interagir numa relação harmoniosa, onde não se anulem nem levem o leitor a passar ao lado de um bom artigo. Uma fotografia pode ser esteticamente irrepreensível e, no entanto, não ter qualquer valor jornalístico. Quando o objetivo é transmitir uma mensagem, está implícito o respeito que o recetor lhe deve merecer: “Se uma foto é publicada num jornal, quem «lê» espera que ela tenha, além dos valores estéticos e plásticos, um valor informativo.” (Sobral e Magalhães, 1999:64).

A fotografia jornalística é, quase sempre, um fragmento da realidade e, entre os elementos mais fotografados no jornalismo desportivo estão, naturalmente, as figuras humanas. Afinal, “no desporto quase tudo é emoção” e “difícil é fazer boas fotos sem pessoas.” (Sobral e Magalhães, 1999:67). No entanto, a fotografia nem sempre consegue, por si só, corresponder a todos os

critérios exigidos. A infografia, por exemplo, não tem como objetivo substituir o texto mas sim enriquecê-lo, facilitando a assimilação de determinados dados. Sobral e Magalhães apontam cinco elementos visuais através dos quais a infografia veicula informação: gráficos; mapas; letras; qualquer tipo de desenhos representativos e qualquer imagem fixa que retrate a realidade. A dupla de autores entende que há situações em que a comunicação social recorre a uma ilustração ou a um infográfico por ser “útil e aceite pelos leitores que vivem na «civilização da imagem»”. Tal facto é justificado com a originalidade, a cor e a forma escolhida, que “captam a atenção para os dados que, de outro modo, passariam despercebidos.” (1999:89).

De destacar, por outro lado, que a infografia também pode ser mais rentável para grandes blocos de informação uma vez que consegue explicar muita coisa em pouco espaço:

“Um bom gráfico é rico. Contém informação representada de forma eficiente numa pequena área. [...] A infografia é um elemento visual forte. Pode ser alternativa à fotografia como entrada na página. Há muitos anos que uma página só com texto carece de visual apelativo.” (Sobral e Magalhães, 1999:89).

4.2 - O JORNALISMO DESPORTIVO DE ÂMBITO REGIONAL/LOCAL

O jornalismo desportivo é um segmento com grande visibilidade a nível nacional, mas ainda muito pouco explorado a nível local e/ou regional em Portugal. Com efeito, de acordo com a ERC, existem apenas oito títulos que se enquadram na categoria de jornal regional desportivo em Portugal, número que pecará por defeito em virtude de alguns títulos não se encontrarem (como deviam) registados.

Curiosamente, à data em que esta informação foi consultada, em Fevereiro de 2013, o jornal *Tribuna Desportiva*, que iremos estudar aprofundadamente mais adiante, não constava da restrita lista de títulos que a ERC define como pertencendo a esta categoria. O motivo é simples: a *Tribuna Desportiva* não estava registada na ERC, o que fazia dela uma publicação ilegal, muito provavelmente por desconhecimento prévio, por parte da administração do jornal, da obrigatoriedade de registar o título na ERC.

Com efeito, registados na ERC, constam apenas os seguintes títulos: *Bancada Central* (Espinho), *Desportivo de Guimarães* (Guimarães), *Informativo Desporto* (Bragança), *O Olhanense* (Olhão), *Sul Desportivo* (n/s), *Binário Topo de Gama* (Aveiro), *Desportivo Vale do Homem* (Vila Verde), *O Desportivo das Beiras* (n/s). Os primeiros três têm periodicidade

semanal enquanto o quarto e o quinto da lista são quinzenais. O antepenúltimo e o penúltimo têm periodicidade mensal e o último é publicado apenas uma vez por ano. Fora desta listagem, constam também todas as publicações especializadas em uma ou mais modalidades desportivas, não só por estarem preferencialmente catalogadas como revistas, mas também porque a sua distribuição não se cinge a uma única região. São disso exemplo a *Revista Atletismo*, a *Freebike* ou a *Golfe Magazine*, entre outras.

De realçar ainda que, segundo um estudo de 2009 do Bareme, a que a ERC (2010) dá visibilidade, a *Tribuna Desportiva* apresenta uma audiência de 6,3% no distrito de Castelo Branco, abaixo de cinco jornais generalistas do mesmo concelho (*Jornal do Fundão*, *Reconquista*, *Notícias da Covilhã*, *Povo da Beira* e *Gazeta do Interior*).

4.3 - O DESPORTO ENQUANTO FENÓMENO SOCIAL E AGENTE CULTURAL

O desporto é, cada vez mais, um fenómeno social que aproxima indivíduos de diferentes sexos, idades, credos, raças ou localidades. Uma relação que escapa às explicações racionais, porque é de sentimentos e sensações que se trata quando o tema central é desporto. A cobertura mediática de grandes eventos desportivos como os Jogos Olímpicos ou um Mundial de Futebol são exemplo disso mesmo. Quem não se recorda de ver milhares de locais em Portugal, de norte a sul do país, engalanados com bandeiras, camisolas e cachecóis alusivos às cores nacionais aquando do Europeu de Futebol de 2004? Ou o orgulho nacional por ver um atleta luso aterrar em solo nacional depois de conquistar uma medalha numa competição importante?

Tais demonstrações de afeto, paixão e crença, em alguns casos até de histeria e violência, simbolizam bem a forma como o fenómeno é vivido no mundo, e, neste caso particular, em Portugal. Semana após semana, milhões de portugueses dedicam várias horas da sua vida a ver, ouvir e ler sobre desporto através da comunicação social. Muitos deles presenciam também alguns desses fenómenos desportivos ao vivo, devidamente munidos de símbolos que os associem e os unam a um determinado país ou clube.

Isso mesmo realça Macedo, que cita Archetti, para considerar que

“os momentos em que as pessoas têm mais noção e consciência da nacionalidade e cidadania são em muitos casos associados a símbolos, rituais e cerimónias, sendo que o futebol oferece um contexto de performance quando equipas

representando nações competem em cerimónias grandiosas adornadas com bandeiras e hinos nacionais.” (2008: 39).

Na opinião de Carlos Daniel, citado por Macedo, o desporto em geral, e o futebol em particular, apaixona todo um povo, porque “funciona como elemento identitário, congregando sentimentos e motivos de orgulho partilhados e, nos casos das selecções nacionais, integra a própria ideia de identidade nacional. [...] Alguns dos elementos mais básicos e banais que incorporam a ideia de nação, como o hino ou a bandeira nacionais, só se assumem enquanto tal nos palcos desportivos.” (2008: 37).

Por seu lado, José Viseu dá ênfase à crescente importância socioeconómica da área do desporto em Portugal nas últimas décadas, salientando que, desde que o setor se profissionalizou, “temos assistido a um aumento fulminante do consumo de desporto através dos meios de comunicação social e ao declínio contínuo dos índices de participação desportiva” (2006: 3), fenómeno para o qual o autor não consegue encontrar explicação.

Além de ser encarado como um aglutinador de multidões, o desporto é hoje uma bandeira, não só de governantes como da classe média e educativa. É imprescindível promover e inculcar hábitos desportivos no quotidiano dos portugueses e Coelho dos Santos destaca isso mesmo, salientando que a área do desporto é, hoje em dia, não apenas um fenómeno à escala planetária “como um factor educativo insubstituível, que visa tanto a saúde como a promoção e a libertação dos agentes do desporto, que procura tanto o lazer e a reabilitação, como a construção de um espaço onde seja possível educar para a cidadania.” (2009: 9).

Apesar de ser um fenómeno que está mediatizado e difundido a nível mundial, o desporto consegue também ter repercussões a nível local/regional, sendo frequente assistir a rivalidades bairristas tal como se assiste a confrontos de ideias quando está em causa um clube nacional ou uma nação. A diferença está, indiscutivelmente, na cobertura mediática que uns e outros têm. Fenómenos desportivos locais abarcam um público-alvo infinitamente menor e, por isso, apenas são conhecidos e entendidos a um nível muito mais restrito.

De qualquer forma, Hatcher (2011) defende que a especialização dos *media* comunitários pode oferecer às minorias novas oportunidades para definir os seus problemas e para se definirem a si próprias, pois as opiniões individuais são mais valorizadas. A ideia é compartilhada por Camponez (2002), que acredita que o ressurgimento da imprensa regional e local ficará umbilicalmente ligado à diversificação dos públicos e das mensagens que se tem vindo a registar

nas últimas décadas. O autor acredita mesmo que a sociedade está a evoluir para uma vertente segmentada, abdicando cada vez mais do protótipo de sociedade de massas.

Como já foi sublinhado anteriormente, em Portugal, o sentimento de pertença a uma comunidade está muito associado ao fenómeno desportivo e, quando se fala em Desporto, fala-se, obrigatoriamente, de futebol por ser a modalidade mais praticada e mediatizada. Macedo descreve o futebol como sendo uma modalidade apaixonante e emotiva, que “representa um mundo de sonhos e suposições, com o abstracto e desconhecido desfecho dos resultados; é visto como o orgulho da Nação; os futebolistas são estrelas, com um sucesso equiparável ao que de melhor tem Hollywood.” (2008: III). Já Almeida (2008) aponta as características iminente populares inerentes ao futebol para o catapultar a um patamar onde é visto como um fenómeno social transversal a todos os indivíduos.

São vários os investigadores que estudam o fenómeno social que envolve a prática desportiva ou, num âmbito mais alargado, tudo o que diga respeito a uma comunicação segmentada, na qual incluimos, obviamente, todos os meios de comunicação desportivos. Thiago Maciel, por exemplo, salienta que os meios segmentados são importantes na medida em que criam uma identidade com os leitores e servem “de objeto de união por parte dos grupos ou tribos formados em relação a alguma prática ou assunto.” (2006: 7). Abordando o caso específico das revistas desportivas, este autor sublinha que, mais do que informação ou entretenimento, os leitores deste tipo de publicações procuram, entre outras coisas, “conhecer o grupo de interesse comum com o qual se identificam.” (2006: 7).

O mesmo autor opta por fazer uma distinção clara entre identidade e papel social, salientando que este último diz respeito às normas estruturadas pela sociedade ao passo que a identidade é originada pelo ator social e construída mediante um processo de individualização. Maciel destaca também um pensamento de Stuart Hall que considera que enquanto o indivíduo procura a sua identidade, período durante o qual desconhece o seu papel social, ele está descontextualizado do mundo em que vive. Esse é um dos motivos pelos quais “a formação de grupos por afinidades em comum é constante e intensa e cresce a todo instante.” (2006: 25).

Maciel salienta, por outro lado, que a presença do indivíduo num ou mais grupos – que o autor apelida de tribos – permite-lhe não só ter novas perceções de si mesmo como a possibilidade de romper com o papel que até então lhe havia sido imposto pelas massas. Para o autor, ao contrário dos *media* generalistas, os meios segmentados (o autor aborda especificamente

as revistas desportivas) apresentam um público mais homogéneo e que, em muitos casos, é também mais participativo. Diz-nos Scalzo que “é preciso falar com menos gente, para falar melhor” (Scalzo apud Maciel, 2006: 49), porque o grau de especialização da linguagem acaba por excluir indiretamente todos os indivíduos que não se revejam nos temas propostos pelo meio.

Para além do fenómeno da personalização da informação, os *media* assistiram também ao desenvolvimento do processo da segmentação informativa. Cada vez mais, a preocupação editorial passa por fazer chegar a informação a um público específico e é nesse sentido que tem proliferado em Portugal o surgimento de jornais segmentados, nomeadamente de âmbito desportivo, económico, científico e até pornográfico, entre outros.

Neste particular, merece especial enfoque a imprensa desportiva nacional, nomeadamente a importância crescente que o segmento *online* tem registado. É que, à semelhança do que acontece com o suporte de papel, onde se encontram entre os diários mais vendidos em Portugal, “os jornais desportivos com versões *on-line* são [...] os sites mais visitados, nomeadamente a *Bola e o Record*.” (Faustino, 2005: 70).

No entanto, e apesar da aceitação que os *sites* informativos têm registado em Portugal, Paulo Faustino chama também à atenção para a necessidade de existir uma versão em papel agregada a esse site. Assim, nos dez *sites* informativos mais visitados no nosso país, oito possuem versões em suporte de papel. Ou seja, não podemos dissociar deste facto a força que os jornais em papel representam como “marcas” credíveis e cuja credibilidade é extensível ao suporte digital.

Há apenas uma década, em 2003, a Associação Portuguesa de Imprensa (API) promoveu um estudo designado “A Internet e a Imprensa em Portugal”. Uma das principais conclusões desse estudo revelou que “a maior parte dos leitores procura *online* temas de informação especializada e, por isso, vale a pena investir em projectos com esta componente.” (Faustino, 2005: 186).

Para Ana Abiahy, o reforço da importância do jornalismo especializado conduziu a uma mudança dos paradigmas informativos, na medida em que as diferenças e divergências entre os indivíduos originaram que a informação seja hoje rececionada a um nível mais pessoal do que grupal. “[O]s indivíduos foram se fechando em seus interesses particulares e constatamos hoje o quanto a comunidade encontra-se dividida em nichos os mais diversos.” (Abiahy, 2005: 5).

Abiahy considera que a crescente tendência de segmentação do público ocorre em paralelo com o surgimento de grandes grupos comunicacionais, um fenómeno paradoxal porque, se por um lado, se assiste à monopolização dos meios de comunicação, por outro, utiliza-se a

segmentação para diversificar a tipologia dos meios de comunicação: “[a] lógica de diferenciar as produções informativas, por um lado atende às estratégias econômicas das empresas comunicativas, mas também democratiza a escolha do público.” (2005: 1-2).

Dada a proliferações de meios e de informações, Abiahy lança também uma dupla questão que nos parece pertinente. “Existe diversidade ou apenas excesso de informações na sociedade mediática? As publicações especializadas contribuem para um aprofundamento das matérias jornalísticas?” (2005: 2). Na resposta à primeira questão, a autora acredita que existe sobrecarga informativa e lembra que tais excessos podem conduzir à exaustão e à desinformação. Por isso mesmo, é imprescindível orientar os públicos mediante os seus interesses e valores e esse papel tem vindo a ser realizado pelos meios segmentados que, segundo a autora, favorecem a pluralidade informativa.

Por outro lado, a segmentação dos meios de comunicação tem originado mudanças no perfil do jornalista, quando este se propõe trabalhar com uma informação direcionada a públicos específicos. Diz a autora que “para elaborar matérias jornalísticas especializadas, para as editorias de política e economia, por exemplo, exige-se proximidade com a temática trabalhada.” (2005: 2). Assim, entende-se que uma das características do jornalismo segmentado, no qual poderemos incluir a vertente desportiva, é o facto de os jornalistas que trabalham nestes meios aprofundarem temas e desenvolverem ângulos de análise que os *media* generalistas não abordam. Aliás, enquanto os generalistas se limitam, em muitos casos, a difundir uma informação básica e de fácil assimilação, os segmentados investigam e escrevem para um público especializado, que anseia saber mais do que aquilo que os generalistas lhe transmitem. Essa dependência informativa assegura a estes meios uma maior união e uma proximidade com os leitores que não é tão evidente em meios generalistas. “O leitor, por ter um perfil desenhado de forma mais nítida, torna-se um alvo mais seguro para os editores.” (Abiahy, 2005: 23).

Jorge Pedro Sousa concorda com a posição anterior, pois acredita que os jornalistas especializados, “mais do que descrever os assuntos, fazem análises e interpretações”, o que os leva a dominar melhor os assuntos sobre os quais escrevem porque têm “qualificações para interpretar e analisar os acontecimentos que noticiam, ao contrário daquilo que acontece com um jornalista generalista, que se fica pela superfície dos factos [...], esquecendo a sua essência.” (2011. 17).

A propósito da tão falada homogeneização dos padrões culturais, Abiahy entende que “o processo de globalização não implica unicamente uma padronização ou uniformização dos bens culturais” (2005: 2) por entender que a globalização deriva da diferenciação de públicos. E mais. Destaca uma ideia de Mattelart, que adota a fragmentação “como sendo um dos fatores mais relevantes da nova ordem mundial” e adianta que esta levou em conta os diferentes gostos dos seus públicos ao substituir aquilo que antes era uma oferta padronizada por conteúdos muito mais heterogêneos. “Se antes a segmentação do gosto dos consumidores soava como alternativa à homogeneização da indústria cultural, hoje é uma das principais estratégias mercadológicas.” (2005: 3-4).

Prosseguindo a explanação do seu ponto de vista, a autora salienta que o jornalismo especializado passou a atribuir uma identidade à mensagem que veicula, passando, pois, a encarar os seus recetores como pessoas com expectativas e interpretações próprias das informações. No caso específico dos *media* desportivos, Abiahy salienta que “estas publicações se destacam ainda por adequarem-se ao estilo de vida dos adeptos dos esportes abordados.” (2005: 19).

De acordo com a autora, a aceitação que os *media* segmentados têm registado nas últimas décadas indica que os indivíduos precisavam de encontrar grupos sociais com os quais partilham os mesmos interesses. No cerne dessa segmentação está a criação de grandes corporações que se fundem para disponibilizar ao público toda uma multiplicidade de conteúdos nas mais diversas plataformas. O indivíduo, que anteriormente era encarado como um recetor passivo, passa a ser olhado como um consumidor que tem poder de decisão na escolha do produto cultural com que se identifica mais. Esse facto leva a investigadora a teorizar sobre o papel do jornalista na sociedade contemporânea, chegando mesmo a questionar-se se o jornalista informa o público acerca daquilo que este precisa saber ou, por outro lado, se o informa sobre aquilo que quer saber.

Prosseguindo na sua explicação, Abiahy considera que o que está por detrás do desenvolvimento do jornalismo especializado é toda uma nova lógica económica, cuja estratégia passa pela formação de audiências específicas através de informações direcionadas para um público específico. Para isso, muito contribui a crescente profissionalização no campo do jornalismo, que nesta fase empresarial, assume uma condição orgânica em que os jornalistas são divididos de acordo com as diferentes especializações. “As informações de interesse pessoal tornaram-se mais importantes para a maior parte dos leitores do que assuntos que ao longo do tempo eram reconhecidos como fundamentais para a sociedade inteira.” (2005: 13). Neste

sentido, “o papel de coesão social no jornalismo especializado passa a cumprir a função de agregar indivíduos de acordo com suas afinidades ao invés de tentar nivelar a sociedade em torno de um padrão médio de interesses que jamais atenderia à especificidade de cada grupo.” (2005: 5).

Por outro lado, importa também referir que a especialização de conteúdos dirigidos a determinados segmentos de audiência permite às empresas oferecerem aos seus anunciantes a possibilidade de atingir, de forma mais direcionada, os potenciais destinatários das mensagens publicitárias. Com efeito, a segmentação dos conteúdos está, muitas vezes, associada também à segmentação das inserções publicitárias, uma vez que as empresas encontram nestes meios uma forma mais rápida e direta de chegar a um público-alvo homogêneo e interessado. “As mais variadas empresas recorrem ao desporto para aumentar a sua notoriedade e/ou a dos seus produtos. Para tal, encontram nos meios de comunicação social parceiros ideais, já que estes têm a proximidade desejada aos actores desportivos.” (Viseu, 2006: 4).

5 - ANÁLISE DA *TRIBUNA DESPORTIVA*: TEXTO & CONTEXTO

5.1 - IDENTIFICAÇÃO GERAL DA PUBLICAÇÃO

Procede-se, assim, à identificação da publicação e enquadramento económico-financeiro:

- **Nome da empresa:** *Tribuna Desportiva - Edições e Publicações*;
- **Título da Publicação:** *Tribuna Desportiva*;
- **Setor de Atividade:** Imprensa / Jornal eletrónico;
- **Periodicidade em 2012:** Semanal;
- **Tiragem média em 2012:** 10.000 exemplares;
- **Vendas médias de 2012:** 2000 exemplares;
- **Preço de capa em 2012:** 80 cêntimos;
- **Preço da assinatura anual para Portugal Continental em 2012:** 30 euros;
- **Diretor:** Pedro Martins;
- **Data da fundação do jornal impresso:** 29/03/1994;
- **Data do lançamento do jornal *online*:** 1/1/2011;
- **Área(s) de atividade que são propriedade da empresa:** Produção de conteúdos audiovisuais, impressão, distribuição, entrega e cobranças;
- **Estrutura de propriedade:** Sociedade por quotas;
- **Estrutura do capital:** Empresa exclusivamente de imprensa;
- **Dimensão empresarial:** Micro (menos de 10 efetivos);
- **Volume de negócios/ano:** Até 100 mil euros;
- **Apoios Financeiros Externos:** Não tem;
- **Recursos Humanos:** Tem quadro de trabalhadores e voluntários.

5.2 - ANÁLISE DO JORNAL *TRIBUNA DESPORTIVA*

A *Tribuna Desportiva* é publicada todas as semanas, à terça-feira, pelo que optámos por analisar o primeiro exemplar de cada trimestre no ano de 2012. Assim, debruçar-nos-emos sobre as edições de 10 de Janeiro, 3 de Abril, 3 de Julho e 2 de Outubro de 2012 (Anexo II). De realçar que o primeiro exemplar do referido ano apenas foi publicado no dia 10 de Janeiro em virtude de a *Tribuna Desportiva* ter encerrado para férias durante alguns dias devido à época natalícia.

De salientar também que, ao todo, as quatro edições contabilizam 80 páginas, às quais devem ser retiradas 7 que têm um cariz exclusivamente publicitário. Importa também mencionar a disparidade do número de páginas com que nos deparámos de edição para edição. Os números de Janeiro e Outubro contemplam 20 páginas, o de Abril tem 24 e o de Julho tem 16. Esta divergência terá, quanto a nós, uma dupla razão de ser: por um lado, a *Tribuna Desportiva* assinala o seu aniversário no final do mês de Março e é crível que algum do tecido empresarial local tenha querido parabenizar o jornal através de inserções publicitárias que obrigaram ao aumento do número de páginas. Por outro lado, o facto de a edição de Julho ser mais curta que as restantes, pode explicar-se pelo facto de Julho ser um mês praticamente sem competições desportivas de relevo, sobretudo ao nível do futebol, que é quem mais alimenta este jornal, como veremos adiante.

Pretendemos com a referida análise refletir sobre o conteúdo informativo e visual que a *Tribuna Desportiva* propõe à sua população e sobre a forma como este jornal ajuda ou não a fomentar um sentimento de pertença entre os seus leitores (Apêndice V).

5.3 - ORGANIZAÇÃO TEMÁTICA

5.3.1 - Macrotemas

Para uma melhor compreensão do trabalho desenvolvido pela *Tribuna Desportiva*, propomo-nos analisar a organização temática do jornal nas edições supracitadas. Assim, procurámos aferir, em primeiro lugar, quais os macrotemas que mais destaque merecem neste semanário, o mesmo é dizer as temáticas e, neste caso, as modalidades desportivas que estão mais presentes.

Quadro nº 1: Distribuição das Modalidades Desportivas Representadas na *Tribuna Desportiva* em Função da Frequência do Número de Artigos

Macrotemas		
Modalidades desportivas	Nº de artigos	Percentagem de ocupação
Futebol	72	46,45%
Associativismo	22	14,19%
Atletismo	18	11,61%
Futsal	14	9,03%
Todo o terreno	3	1,94%
Judo	2	1,28%
Taekwondo	2	1,28%
Rugby	2	1,28%
Ciclismo	1	0,65%
Hípismo	1	0,65%
Andebol	1	0,65%
Supercross	1	0,65%
Ténis de mesa	1	0,65%
Ginástica	1	0,65%
Matraquilhos	1	0,65%
Outros	13	8,39%
TOTAL	155	100%

Como se pode verificar no quadro acima apresentado, o *Futebol* é o macrotema ao qual a *Tribuna Desportiva* dá mais destaque, sendo notícia em 72 artigos, que correspondem a praticamente a metade dos artigos analisados. A predominância desta modalidade é ainda mais evidente quando constatamos que uma larga maioria das páginas aborda apenas o futebol ao longo dos vários artigos.

Numa escala de importância decrescente, segue-se um macrotema que definimos de *Associativismo*, onde englobámos entrevistas e artigos referentes a uma determinada instituição local de índole desportiva e cultural, sem que nesses artigos tenha sido sobrevalorizada especificamente qualquer modalidade. Com efeito, o jornal *Tribuna Desportiva* deu voz a diversos dirigentes de entidades locais, como a Associação Desportiva da Estação, o Grupo Desportivo Teixosense ou a Associação Paul Cultural Desportivo, entre outros, em 22 ocasiões.

A uma grande distância do relevo dado ao futebol surgem modalidades como o *Atletismo* e o *Futsal*, com 18 e 14 artigos, respetivamente. Importa todavia referir que, excetuando o futebol e o associativismo, estas são as duas únicas modalidades que vêm mencionadas em todas as edições analisadas, ainda que em muito menor escala.

Segue-se uma categoria que definimos como *Outros*, uma vez que nela englobámos todos os artigos cujo tema não tinha uma raiz desportiva. A larga maioria das 13 ocasiões em que isso se verifica diz respeito a artigos de opinião, onde os seus autores opinam acerca de questões sociais, como o facto de hoje as crianças não brincarem tanto na rua como antigamente; o pensamento como forma de aprendizagem; ou a recessão da economia nacional, entre outros. De realçar também que foi incluída nesta mesma categoria uma extensa entrevista do vereador do Desporto da Câmara Municipal de Pinhel ou a posição da Junta de Freguesia do Paul, cujo enfoque recai nas atividades político-desportivas das localidades em questão.

Neste jornal merecem ainda referência outras modalidades mais conhecidas em Portugal, como *Judo* (2), *Ciclismo* (1), *Andebol* (1) ou *Todo-o-terreno* (3), bem como outras com menor expressão popular no nosso país, casos do *Taekwondo* (2), *Hipismo* (1), *Rugby* (2), *Supercross* (1), *Ténis de mesa* (1), *Ginástica* (1) ou *Matraquilhos* (1).

A análise dos dados do quadro anterior vai de encontro às opiniões de Macedo (2008) e Almeida (2008), entre outros, que realçam a preponderância do futebol como «desporto rei», em detrimento de todas as outras modalidades desportivas. Por sua vez, Keneddy e Hills (2009) dão destaque às pesquisas de Blain e O'Donnell, que se interrogam acerca da representação do futebol nos *media* europeus, sugerindo que a forma como uma nação divulga a vertente desportiva pode ser entendida como um significado de identidade dessa comunidade. No caso particular dos jornais, estes conduzem a sua comunidade idealizada de leitores, enquadrando a vertente desportiva de acordo com os interesses e valores desta.

É importante realçar que a predileção da *Tribuna Desportiva* pelo macrotema futebol satisfaz também as expectativas dos leitores deste semanário. Aquando dos inquéritos realizados aos assinantes do jornal, mais de metade dos inquiridos dizia ter no futebol o principal interesse desportivo, apontando a maciça divulgação daquela modalidade como um dos principais motivos para a aquisição do semanário regional desportivo. Ainda a respeito deste ponto, menção também para a posição dos profissionais que laboram na *Tribuna Desportiva*. O diretor da publicação assume que o futebol é a modalidade a que o jornal dá mais visibilidade e, quando convidado a justificar, refere apenas: “[...] porque é o futebol.” Ênfase semelhante é dada pelos colaboradores do jornal, que também mencionaram, sem exceção, o futebol como sendo o seu interesse desportivo principal.

Quadro nº 2: Distribuição das Modalidades Desportivas Representadas na *Tribuna Desportiva* em Função de cada Edição analisada

Macro temas por Edição					
Modalidade	Janeiro	Abril	Julho	Outubro	Total (por modalidade)
Futebol	24	22	11	16	72
Associativismo	1	12	2	7	22
Atletismo	5	3	6	4	18
Futsal	2	4	4	4	14
Todo-o-Terreno	0	0	2	1	3
Judo	0	0	1	1	2
Taekwondo	1	0	1	0	2
Rugby	0	0	2	0	2
Ciclismo	0	0	1	0	1
Hipismo	1	0	0	0	1
Andebol	0	0	1	0	1
Supercross	0	1	0	0	1
Ténis de Mesa	0	0	1	0	1
Ginástica	0	0	1	0	1
Matraquilhos	0	0	0	1	1
Outros	2	3	4	3	12
Total (por edição)	36	45	37	37	155

O quadro anterior demonstra quantas vezes cada modalidade esteve representada em cada uma das quatro edições da *Tribuna Desportiva* que analisámos. Como se pode verificar, existe um claro destaque dado ao *Futebol*, que só não é ainda mais vincado, porque uma das quatro edições analisadas, a de Julho, diz respeito ao período em que os campeonatos estão parados, pelo que as notícias sobre esta modalidade são mais escassas nessa edição. Ao invés, modalidades marginais e pouco divulgadas encontram naquela edição o *timing* ideal para serem difundidas, como é o caso, por exemplo, do rugby, do taekwondo, do ténis de mesa ou da ginástica, entre outros.

Por outro lado, é interessante verificar a disparidade de valores, de edição para edição, no que diz respeito ao *Associativismo*. O elevado número de artigos na edição de Abril está suportado principalmente no aniversário de uma coletividade local, a Associação Desportiva da Estação. A efeméride merece um trabalho jornalístico de fundo, com a divulgação da festa de

aniversário, bem como o depoimento de personalidades do desporto e da política, tanto a nível local como nacional.

De salientar também a homogeneidade que encontramos relativamente ao macrotema *Outros*, que varia entre dois e quatro artigos. Por norma, cada edição conta com dois a três artigos de opinião, sendo estes os que mais contribuem para a publicação de artigos de cariz extra desportivo. A variância deste macrotema entre dois e quatro artigos explica-se também pela publicação de duas entrevistas de cariz político-desportivo em outras tantas edições da *Tribuna Desportiva*.

De realçar ainda a ausência de modalidades que, à partida, poder-se-ia pensar que pudessem estar presentes nesta análise, casos do basquetebol ou do ténis, que têm bastantes adeptos em Portugal, mas também os diversos desportos de Inverno, como o Esqui ou o Snowboard. Importa realçar que os dois distritos onde o jornal é vendido abrangem a Serra da Estrela, logo, será expectável que na região vivam bastantes aficionados e até praticantes de desportos de Inverno.

5.3.2 - Primeira página

A capa ou primeira página é o rosto do jornal, a porta de entrada que nos convida a deixarmo-nos envolver pelas folhas daquele periódico, motivo pelo qual é considerada um dos elementos mais importantes de um jornal. E os desportivos, sejam regionais ou nacionais, não fogem à regra. É através dela que a publicação consegue despertar, ou não, a atenção do possível leitor, entrando assim num primeiro contacto com o seu público-alvo. Com efeito, o sucesso de uma publicação está intrinsecamente ligado à obrigatoriedade de conseguir apresentar uma capa que cativa. E aí, o futebol tem um papel dominante, como o comprovam as quatro primeiras páginas que analisámos.

Quadro nº3: Taxa de Ocupação dos Temas apresentados na Primeira Página da *Tribuna Desportiva*

Temas presentes na Primeira Página	
Tema	Taxa de Ocupação
Futebol	75%
Associativismo	13%
Atletismo	6%
Outros	6%

O destaque que a *Tribuna Desportiva* dá ao *Futebol* pode também ser confirmado através das manchetes e temas apresentados na primeira página do jornal. Nas quatro edições, o *Futebol* é manchete em três edições (uma delas a meio com um assunto ligado ao *Associativismo*), sendo relegado para segundo plano apenas na edição de Julho, altura em que as competições estão paradas. Ou seja, a temática *Futebol* ocupa 75% da primeira capa das edições analisadas, deixando pouco espaço para a divulgação de outras atividades locais. As exceções são o *Associativismo*, que apareceu por duas ocasiões (uma das quais em manchete), o *Atletismo* que foi notícia de primeira página em uma ocasião e a categoria *Outros* na qual incluímos a entrevista do Vereador da Câmara Municipal de Pinhel, que foi manchete da *Tribuna Desportiva* nessa edição.

De realçar que, nas primeiras páginas deste jornal, o futebol é quase sempre retratado como um espetáculo e a relação com o público é muitas vezes conseguida através de títulos “explosivos”, que despertam polémica entre os leitores. A utilização de frases, títulos e imagens empoladas e extravagantes são uma estratégia de venda e de marketing dos jornais desportivos e a *Tribuna Desportiva* também recorre, em algumas situações, a esse tipo de linguagem. “Sem derrotas em Lisboa” ou “Três jogos, três vitórias” são títulos que não apenas exaltam as equipas locais como apelam a um sentimento de apego à região e ao desporto local. Por outro lado, títulos como “Vamos ser o maior clube da Covilhã” ou “Será Sina?”, entre outros, despertam polémica na comunidade local e motivam, quer através do uso de frases declarativas, quer através da modalização hipotética, os leitores a adquirir o jornal para estarem a par das polémicas do desporto regional.

A maneira como um jornalista apresenta uma notícia é fulcral para o sucesso de um órgão de informação. A este respeito, Keneddy & Hills recordam que:

“[T]he use of modal verbs (*may, could, should, will, must*) enables a writer to express attitudes towards what is being reported. The use of modality can create a sense of community between the newspaper and its audience since there is an assumption that the opinion conveyed by the article is shared by the reader” (2009: 81).

Já Raymond Boyle (2006) opta por salientar uma ideia de Rowe, a de que os jornalistas desportivos vivem num dilema particularmente difícil devido às diferentes obrigações profissionais, por vezes contraditórias, pois espera-se que sejam, ao mesmo tempo, jornalistas

objetivos, investigadores críticos, apologistas de desporto e das equipas, representantes de fãs, e até ter praticado desporto ao mais nível.

5.3.3 - Microtemas

Num âmbito mais pormenorizado de análise, optámos por isolar os microtemas respeitantes aos macrotemas desportivos atrás identificados em oito categorias diferentes:

Quadro nº4: Distribuição dos Microtemas apresentados na *Tribuna Desportiva*, Consoante os Macrotemas e/ou Modalidades Desportivas.

Microtemas	
Frequência	Nº de Artigos
Análise de jogo	47
Divulgação de equipa	22
Divulgação pessoal	22
Análise de prova	18
Divulgação de instituição	16
Antevisão de prova	11
Antevisão do jogo	1
Outros	12

Por *Análise de jogo*, entendemos todos os artigos que digam respeito ao rescaldo de encontros desportivos de modalidades que envolvam uma bola, caso do futebol, futsal ou andebol, por exemplo. Na categoria *Antevisão de jogo*, incluímos todos os artigos que dizem respeito à antevisão de jogos desportivos de modalidades que tenham por base o recurso a uma bola. Em contrapartida, *Análise de prova* refere-se a todos os artigos que digam respeito a rescaldos de eventos desportivos sem recurso a bola, como são os casos do atletismo ou do todo-o-terreno. Por sua vez, *Antevisão de prova*, à semelhança da categoria *Antevisão de jogo*, refere-se aos artigos sobre modalidades desportivas que não incluem bola. Relativamente ao microtema *Divulgação*, que se refere a todos os artigos que se propõem divulgar uma iniciativa pessoal, de equipa ou de coletividade, distinguimos três subcategorias: *Divulgação de instituição*, respeitante a artigos que se referem às atividades de um clube ou coletividade, enquanto um todo; *Divulgação de equipa* respeitante aos artigos que apenas dizem respeito a uma formação de um escalão, modalidade ou clube; *Divulgação pessoal*, respeitante aos artigos cujo tema principal incide sobre uma personalidade desportiva de um concelho. Neste caso particular, importa

salientar que a maioria dos artigos observados neste parâmetro diz respeito a entrevistas personalizadas, nomeadamente a dirigentes associativos, mas também a treinadores de diversas modalidades. Finalmente incluíram-se na categoria *Outros* todos os artigos cuja índole extravase a vertente desportiva. Estes correspondem, na sua maioria, a artigos de opinião que, neste jornal, são, em muitos casos, os únicos elementos jornalísticos que não abordam exclusivamente o desporto como tema central.

Nesta análise, há um microtema que se sobrepõe claramente a todos os outros: a *Análise de jogo*, que está presente em 47 artigos. Com efeito, este é um jornal que está concebido para reproduzir, semana após semana, o que de mais relevante ocorreu nos distritos da Guarda e de Castelo Branco, e o futebol assume aqui uma importância capital, pois a larga maioria dos artigos incluídos nesta categoria diz respeito a essa modalidade.

A este respeito, importa relembrar um pensamento de Whannel, difundido por Keneddy e Hills (2009), que observam que os astros do desporto, nomeadamente os do futebol, são personagens que fazem parte de um conjunto de narrativas. Os *media* reconstróem a competição desportiva como uma história, identificando heróis e vilões, e desenvolvendo um enredo, no qual criam drama e interesse. A narrativa é, portanto, uma maneira de dar sentido aos acontecimentos. Os *media* não se limitam a refletir o que acontece, gerando momentos que se tornam elementos significativos dentro de um todo.

Boyle também aborda este assunto, salientando que “the print media were also heavily implicated in the creation of sports stars and the tangled relationships between players, agents, promoters and journalists that would come to characterize much of modern sports journalistic practice.” (2006: 32).

Na análise à *Tribuna Desportiva*, com exceção da edição de Julho, onde o peso do futebol não é tão evidente porque, como referimos anteriormente, as principais equipas não se encontram a competir, a *Tribuna Desportiva* repete, em cada edição, a mesma fórmula: fazer o rescaldo dos encontros disputados pelas equipas mais importantes do concelho, desde o Sporting da Covilhã que milita no segundo escalão, até às equipas amadoras que competem no campeonato distrital de Castelo Branco. Menos exaustivo, mas igualmente importante, é o acompanhamento que este jornal dá ao futebol nos escalões de formação, nomeadamente juniores, juvenis ou infantis, e ao futsal e outras modalidades onde o rescaldo de jogos é bem mais diminuto.

Para Keneddy e Hills (2009) as narrativas desportivas são muitas vezes organizadas em torno de histórias pré e pós competição. No caso das histórias que antecedem os jogos, caso estejamos a falar de futebol, por exemplo, as narrativas tendem a gerar interesse pelo jogo em si, ao passo que as histórias pós-jogo propõem-se a encontrar explicações para o fracasso ou sucesso, alimentando também as implicações daquele resultado no futuro imediato.

De realçar que a maioria das *Análise de Jogo* inclui, além do rescaldo do encontro, uma súpula de pequenos conteúdos noticiosos, entre os quais a análise ao trabalho da equipa de arbitragem, a eleição do melhor jogador em campo e, por vezes, declarações de treinadores e jogadores das equipas intervenientes. Importa referir, neste ponto, que sempre que o jornal personaliza a sua análise assiste-se a uma certa parcialidade quando estão em confronto uma equipa da região e outra de fora. Aí, o melhor jogador em campo pertence sempre à equipa do distrito, um pormenor que deixa de ter importância quando a análise diz respeito a duas equipas da área de abrangência do jornal. Nesses casos, o jornalista é igualmente convidado a eleger o melhor jogador daquele encontro, que por certo pertence a uma equipa do distrito.

No segundo e terceiro lugar, *ex aequo*, ambas com 22 artigos, surgem duas categorias: *Divulgação pessoal* e *Divulgação de equipa*. É interessante verificar a heterogeneidade do jornal, que tanto divulga equipas que competem nas mais variadas modalidades como dá destaque a personalidades específicas dessas mesmas equipas ou clubes. Há vários elementos que ajudam a justificar estes números. Grande parte dos artigos referentes ao microtema *Divulgação de equipa* está presente nas primeiras páginas analisadas, onde a *Tribuna Desportiva* divulga, sempre que possível, as conquistas e os fracassos das equipas da região de abrangência do jornal, em detrimento das que não pertencem aos distritos de Castelo Branco e Guarda. Por outro lado, o elevado número de artigos associados ao microtema *Divulgação Pessoal* pode ser explicado através de dois fenómenos: a necessidade de o jornal dar a conhecer aos seus leitores as novas contratações das equipas de futebol da região, por um lado, e a publicação de artigos ou entrevistas com personalidades da região, por outro.

Como já referimos anteriormente, a *Tribuna Desportiva* é um jornal que quase sempre divulga acontecimentos que ocorreram ao longo da semana anterior, deixando para segundo plano a divulgação do que está para acontecer nos distritos em termos desportivos. Essa tendência verifica-se também no acompanhamento que o jornal dá a competições que extravasam o futebol, como o atletismo, que é uma modalidade à qual o jornal faz sempre questão de dedicar pelo

menos uma página de informação. Com efeito, esta modalidade contribui fortemente para o microtema *Análise de prova*, que está presente em 18 artigos.

Numa escala de importância decrescente, segue-se o microtema *Divulgação de instituição*, com 16 artigos, onde merecem destaque os artigos ou entrevistas exclusivas de atividades que dizem respeito a uma coletividade local e/ou regional. Muitos destes artigos estão agregados ao macrotema *Associativismo*, uma vez que abordam a coletividade como um todo, não dando primazia a nenhuma modalidade ou escalão específico.

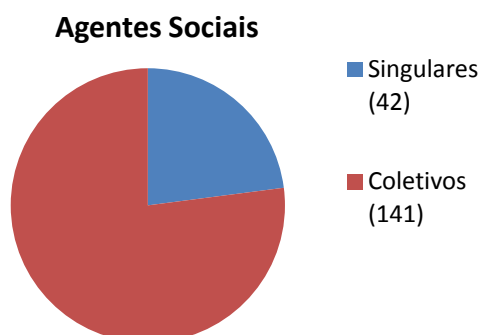
Segue-se, por ordem decrescente, o microtema *Outros*, com 12 artigos, onde encontramos uma panóplia temática muito variada mas com um ponto em comum: nenhum dos artigos aborda, diretamente, um conteúdo ou modalidade desportiva. A maioria dos registos alusivos a esta categoria são compostos por artigos de opinião onde os seus autores abordam temáticas tão divergentes como a realização de manifestações em Portugal, o aumento do preço dos combustíveis, o elevado número de incêndios em Portugal ou as vaias que um Ministro recebeu aquando de uma visita à cidade da Covilhã, entre outros. Para além dos artigos de opinião, incluímos nesta categoria entrevistas em que o jornal dá destaque à classe política local, como por exemplo, a entrevista que o vereador do Desporto da autarquia de Pinhel concede à *Tribuna Desportiva* e onde aproveita para falar dos projetos que está a desenvolver para aquele município. Outro exemplo em que a política e o desporto se misturam é a entrevista com a presidente da Junta de Freguesia do Paul, pertencente ao concelho da Covilhã, que surge no seguimento de uma entrevista aos órgãos diretivos de uma coletividade sediada naquela freguesia.

Por outro lado, importa referir que a *Tribuna Desportiva* quase não aborda notícias que digam respeito a *Antevisão de Jogo*, microtema que se verificou em apenas um artigo. Ao invés, deparamo-nos com 11 *Antevisões de prova*, número que é sobretudo impulsionado pelo atletismo que todos os meses dá a conhecer, pelo menos, uma nova prova por disputar.

5.3.4 - Agentes Sociais

Após analisarmos quais as temáticas que mais surgem na *Tribuna Desportiva*, importa averiguar quem são os agentes sociais que estão representados neste jornal semanário. Para tal, optámos por os subdividir em agentes singulares e coletivos, tendo obtido os seguintes resultados:

Gráfico n°1: Agentes Sociais Singulares e Coletivos Retratos na *Tribuna Desportiva*



Relativamente à representação dos agentes sociais retratados nas quatro edições analisadas, constatamos que os agentes coletivos sobrepõem-se claramente aos agentes individuais. Deparamo-nos com 141 ocorrências coletivas *versus* 42 singulares, o mesmo é dizer que 77% dos agentes representados nas quatro edições analisadas dizem respeito a equipas, tanto dos distritos de Castelo Branco e Guarda como de outros distritos e/ou regiões.

Os valores registados podem explicar-se pelo facto de o jornal em causa privilegiar o acompanhamento de desportos coletivos, sobretudo o futebol.

Em contrapartida, o atletismo é a modalidade que mais contribui para a divulgação de agentes singulares e de pessoas em nome individual.

Quadro n°5: Tipificação dos Agentes Sociais Retratos.

Agentes Sociais	
Tipos	Nº de Artigos
Equipas da Região	107
Equipas de fora	33
Desportistas	20
Dirigentes	12
Árbitros	2
Outros	9

Como podemos constatar no quadro anterior, os agentes sociais que mais são retratados nas edições analisadas são os agentes coletivos, em especial as *Equipas da região*, que correspondem a mais de metade das referências do jornal.

Na segunda posição encontramos as *Equipas de fora* dos distritos de abrangência do jornal, um dado que poderia surpreender, mas que se explica, uma vez mais, pelo acompanhamento exaustivo que este jornal faz dos vários encontros de futebol. Com efeito, das 33 referências que encontramos a equipas de fora da região, não existe nenhuma que não esteja acompanhada por equipas locais, ou seja, as equipas que não pertencem aos distritos de Castelo Branco e Guarda não merecem qualquer destaque se não defrontarem uma formação local.

Seguem-se depois as referências a agentes individuais, nos quais os *Desportistas* se sobrepõem aos demais. De realçar que grande parte das 20 referências encontradas dizem respeito a praticantes de atletismo da região que vêm assim o seu mérito recompensado nas páginas do jornal.

Seguem-se os *Dirigentes* desportivos, com 12 menções, tendo para o efeito contribuído em grande medida os artigos sobre Associativismo. Na maioria das ocasiões em que a *Tribuna Desportiva* dá a palavra a dirigentes associativos fá-lo com o intuito de estes fazerem um balanço do presente da coletividade de que são membros diretivos.

Na tipologia *Outros* encontramos agentes sociais diversos e que nada têm a ver diretamente com o desporto local. São disso exemplo os políticos que o jornal entrevistou, assim como os espectadores de uma prova de atletismo ou os sócios de um núcleo local.

Em último lugar, nesta tipologia, surgem os *Árbitros*, que apenas são notícia em duas ocasiões, uma das quais em termos coletivos. Este número escasso pode ser explicado pelo facto de o nosso estudo não levar em linha de conta as breves análises ao trabalho do árbitro que estão presentes em cada *Análise de Jogo*. Entendemos que, neste tipo de artigos, deveríamos dar primazia às tipologias *Equipas da Região* e *Equipas de fora*, uma vez que a relevância que é dada ao trabalho do árbitro resume-se sempre a um par de linhas do jornal.

Como vimos no quadro anterior, a *Tribuna Desportiva* dá especial ênfase às *Equipas da região*, em detrimento de todos os outros tipos de agentes sociais. Por esse motivo, entendemos analisar quais as modalidades que mais contribuem para divulgar as equipas da região.

Quadro nº6: Agentes Sociais Regionais Mencionadas na *Tribuna Desportiva*

Agentes Sociais Regionais	
Modalidades com equipas na região	Nº de Artigos
Futebol	86
Futsal	12
Rugby	2
Todo-o-Terreno	2
Hipismo	1
Judo	1
Taekwondo	1
Supercross	1
Matraquilhos	1

Se dúvidas houvesse, o quadro anterior reforça a ideia de que o futebol é o grande baluarte da *Tribuna Desportiva*. Das 107 referências a agentes coletivos, o futebol contribui com 86, o que representa aproximadamente 80% desse valor, o que comprova de forma indelével a importância que esta modalidade tem naquela publicação.

O futsal é, claramente, a segunda modalidade coletiva mais representada, deixando para terceiro plano equipas de modalidades que quase não têm expressão na *Tribuna Desportiva*, casos do todo-o-terreno, o rugby, o judo ou o taekwondo, entre outros.

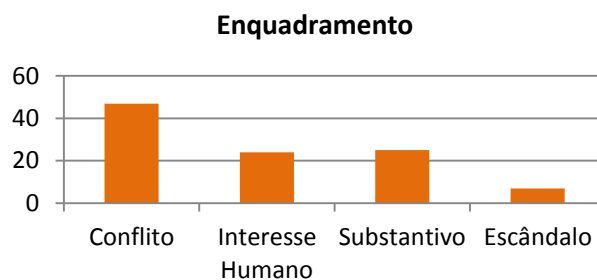
Curiosamente, o atletismo que sempre surgia como uma das modalidades mais representadas na *Tribuna Desportiva*, não tem qualquer registo nesta análise, situação que se explica pelo facto de, nesta modalidade, o jornal optar por dar destaque aos atletas em detrimento dos clubes ou coletividades da região.

5.3.5 - Enquadramento

Para Erving Goffman (1986), o enquadramento é um conjunto de conceitos e perspetivas teóricas que organizam experiências e orientam as ações de indivíduos, grupos e sociedades. Como tal, a análise do enquadramento, proposta por este autor, não é mais do que o estudo da organização da experiência social. Já Entman (2003) opta por sistematizar o conceito de *frame*, ou enquadramento, a partir das teorias do jornalismo, definindo-o como um processo de seleção e hierarquização de alguns aspetos da realidade levado a cabo pelos jornalistas, de maneira a promover interpretação e avaliação das questões.

Para fundamentar esta análise, utilizámos o estudo de Semetko e Valkenburg (2000), tendo optado por sintetizar a análise a quatro géneros de enquadramento: “Conflito”, “Interesse Humano”, “Substantivo” e “Escândalo”. A análise fundamentou-se tanto nos artigos como nos títulos dos mesmos.

Gráfico n°2: Tipologia dos Enquadramentos Registrados



No enquadramento de *conflito* agrupámos todos os artigos referentes a disputas desportivas, ou seja, a dicotomia «nós *versus* eles». Por enquadramento de *interesse humano* interpretámos todos os artigos com um cariz pessoal. O enquadramento *substantivo* diz respeito a todos os artigos que incidam sobre determinados assuntos, acontecimentos ou atores, enquanto o enquadramento de *escândalo*, como o próprio nome indica, diz respeito aos artigos que tenham sido redigidos com o intuito de criar ou alimentar polémicas entre a comunidade leitora.

Os diversos tipos de enquadramento apontados por Semetko e Valkenburg foram utilizados em diversos estudos, tendo os autores chegado às seguintes conclusões: “Our results showed that, overall, the attribution of responsibility frame was the most commonly used in the news, followed by the conflict, economic consequences, human interest, and morality frames, respectively.” (2002: 2).

Todavia, os resultados com que nos deparámos aquando da análise às quatro edições do jornal *Tribuna Desportiva* são bastante diferentes dos dos autores, registando-se uma predominância dos enquadramentos de *conflito*, o que acaba por não surpreender, uma vez que este jornal assenta a sua base de análise no rescaldo de disputas futebolísticas.

É interessante verificar as diferenças de discurso quando estão em confronto duas equipas da região ou quando se analisa um jogo entre uma equipa da região e outra de fora. Apesar de também encontrarmos alguns elogios às equipas adversárias que não pertencem aos distritos de

abrangência da *Tribuna Desportiva*, este jornal demonstra algum protecionismo às equipas locais, revelando assim alguma parcialidade que, por vezes, se estende a questões nacionais, nomeadamente nos artigos de opinião onde é abordada a seleção nacional de futebol. Curiosamente, essa parcialidade torna-se bastante menos evidente quando a análise diz respeito a duas equipas da região mas, ainda assim, é sempre ressaltado o enquadramento de conflito e disputa presente em cada confronto desportivo, sobretudo futebolístico.

O segundo enquadramento mais utilizado foi o *substantivo*, o que não deixa de ser uma surpresa, dada a posição de alguns autores, como Macedo (2008) ou Sobral e Magalhães (1999), que mencionam que é impossível ser-se factual num género jornalístico com um cariz tão emotivo, como é o jornalismo desportivo.

Segue-se, a curta distância, o enquadramento *interesse humano*, representado por diversas histórias personalizadas na primeira pessoa e por vários artigos de opinião, cujo enquadramento também se insere nesta tipologia.

Finalmente, o enquadramento menos utilizado pela *Tribuna Desportiva* é o de *escândalo*, contrariando uma vez mais a ideia de autores como Macedo (2008) ou Abiahy (2005), de que o desporto é uma área sensacionalista e pouco objetiva.

Da análise ao jornal *Tribuna Desportiva*, importa, pois, salientar que o desporto pode contribuir para a construção de relações emocionais ao promover, a nível interno, um sentido de consolidação e união que não existe com o exterior, onde o sentido assenta mais na confrontação. Boyle (2006) relembra o trabalho de Foer (2004) e Rowe (2003) para argumentar que a natureza global do desporto não conduz, de forma alguma, a uma identidade global, pois verifica-se uma variedade de identidades locais profundamente enraizadas que gera tensões com o aspeto global do desporto. Esses processos dependem de fatores económicos, culturais e étnicos, sendo muitas vezes reforçados pelo jornalismo desportivo, como se verificou na análise da *Tribuna Desportiva*.

5.3.6 - Análise Visual

A *Tribuna Desportiva* publicou, nas quatro edições analisadas, um total de 233 fotografias dispersas por 72 páginas (excluindo as infografias ou fotografias de cariz publicitário, que não são o nosso objeto de análise), o que perfaz uma média de 3,23 fotografias por página. Se optarmos por contabilizar o número de fotografias por página, eis o resultado:

Quadro nº7: Distribuição do nº de Fotografias por Página na *Tribuna Desportiva*

Análise Visual	
Número de Fotografias por Página	Nº de Ocorrências
Dez	1
Oito	1
Seis	2
Cinco	4
Quatro	17
Três	21
Duas	15
Uma	12

Quando analisamos o número de fotografias por página, constatamos que o registo que mais vezes surge é o de três por página, seguido do registo de quatro, duas ou uma fotografia. Com efeito, das 72 páginas de informação analisadas, apenas 8 apresentam cinco ou mais fotografias, o que contraria a tese defendida por alguns assinantes de que este é um jornal que usa as imagens de forma excessiva.

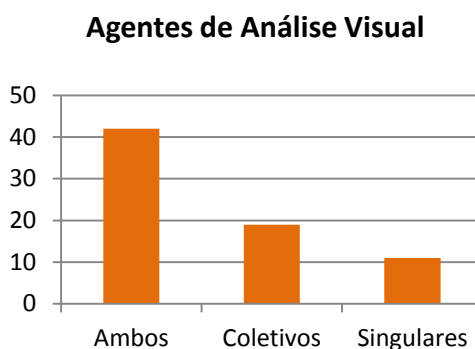
Importa também salientar a heterogeneidade de critérios que o jornal apresenta relativamente a este ponto. No mesmo jornal, tanto podemos encontrar apenas uma imagem por página como podemos encontrar dez, o que nos leva a concluir que não existe, neste jornal, uma estratégia para dar um tratamento semelhante a cada notícia. Por norma, os artigos que mais fotografias apresentam são os que dizem respeito a rescaldos de jogos ou torneios, nos quais a *Tribuna Desportiva* faz questão de apresentar imagens de jogo e alguns dos protagonistas da partida ou, em alternativa, as várias equipas perfiladas antes do início do encontro.

Tendo por base a tipificação elaborada por Theo van Leeuwen e Carey Jewitt em *The Handbook of Visual Analysis* (2000), procurámos estudar as fotografias presentes nas quatro edições baseando-nos em seis itens: o primeiro diz respeito à representação visual dos agentes sociais, que visa aferir se o jornal dá primazia a fotografias personalizadas ou se, ao invés, prefere aglomerar várias pessoas numa única foto; o segundo prende-se com o género retratado nas imagens, de maneira a perceber se homens e mulheres aparecem de igual modo neste jornal; o terceiro item diz respeito aos cenários predominantes das fotografias do jornal, no sentido de percebermos se estes estão diretamente associados à prática desportiva, ou não; o quarto item

aborda o tamanho das fotografias, nomeadamente a mancha fotográfica de cada página, pequena (menos de um quarto de página), média (até meia página) ou grande (mais de meia página); o quinto relaciona-se com a saliência fotográfica, isto é, o que de mais importante é apresentado, em termos visuais, em cada página do jornal; finalmente, o sexto item procura avaliar a distância social das imagens, subcategorizando-as em: íntima (mostra apenas a face ou a cabeça), pessoal (cabeça e ombros ou busto), social (figura completa de uma ou mais pessoas com espaço à volta) e pública (que mostre o torso de pelo menos 4 a 5 pessoas).

5.3.6.1 - Representação Visual dos Agentes Sociais

Gráfico n.º3: Representação Visual dos Agentes Sociais



Da nossa análise, destacamos três grupos de fotos: *singulares*; *coletivos* e *ambos*. No primeiro enquadram-se as páginas cujas imagens apresentam uma única pessoa, esteja ela ligada ao desporto ou não. Por agentes *coletivos* entendemos todas as páginas cujas fotografias representem duas ou mais pessoas. Por último, o grupo *ambos* diz respeito às páginas onde constem fotos relativas aos dois grupos anteriores.

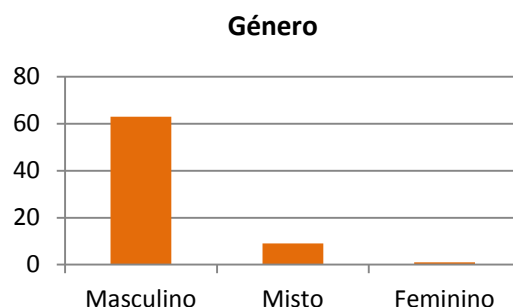
Das 80 páginas que compõem a totalidade das quatro edições, mais de metade (42) apresenta imagens coletivas e singulares, pelo que o mais representativo é o grupo *ambos*.

Por outro lado, o grupo *coletivo* sobrepõe-se ao *singular*, com 19 páginas contra 11. Estes dados, por si só, podem não explicar muito, mas levam-nos a olhar para o jornal de uma forma mais aprofundada. É importante verificar que uma grande parte das páginas que compõem o grupo *ambos* diz respeito a uma fórmula que a *Tribuna Desportiva* utiliza para apresentar o rescaldo do fim-de-semana desportivo: fotografias relativas à ação, geralmente coletivas, estão

quase sempre associadas a personagens em foco dentro do próprio jogo, caso do árbitro ou do melhor jogador em campo (sempre singulares).

5.3.6.2 - Representação Visual do Género

Gráfico nº4: Representação Visual do Género



Outro elemento que nos pareceu pertinente analisar foi o género dos representantes sociais presentes nas páginas da *Tribuna Desportiva*, de forma a confirmar ou contrariar a tese de que o desporto é uma temática que retrata mais homens do que mulheres.

Como se pode constatar no quadro anterior, a *Tribuna Desportiva* é um meio de comunicação que dá claramente predominância aos agentes masculinos presentes no desporto regional, sendo muito raras as ocasiões em que pessoas do sexo feminino aparecem neste jornal.

Em quatro edições encontramos apenas uma página que mostra exclusivamente mulheres, enquanto nove mostram pessoas de ambos os sexos. Em todas as outras páginas, o jornal limitou-se a divulgar o desporto masculino e a dar voz aos praticantes e aos elementos que os circundam, igualmente homens. É de salientar que, na edição de Abril, todas as fotos, sem exceção, dizem respeito a pessoas do sexo masculino. Nesta semana não há uma única mulher a ser retratada neste jornal. Só muito esporadicamente o jornal apresenta imagens de equipas femininas e sobretudo atletas em nome individual.

A este respeito, conclui-se, pois, que a *Tribuna Desportiva* é um jornal feito por homens, para homens (segundo palavras do próprio diretor) e com homens nas imagens, nomeadamente desportistas, dirigentes, árbitros ou políticos. Aqui, as palavras, as cores e as imagens trabalham juntos para construir uma gama de significados em torno do sucesso desportivo, do regionalismo e da masculinidade. (Keneddy e Hills, 2009).

5.3.6.3 - Distribuição dos Cenários Predominantes

Quadro nº8: Distribuição dos Cenários Predominantes

Cenários predominantes mencionados na <i>Tribuna Desportiva</i>	
Cenários predominantes	Nº de ocorrências
Campo de futebol	39
Pavilhão	9
Coletividade local	8
Rua	7
Conferência de imprensa	3
Montanha	1
Picadeiro	1
Sede de campanha	1
Túnel	1
Restaurante	1
Estrada	1
Pista de atletismo	1
Fotomontagem	1

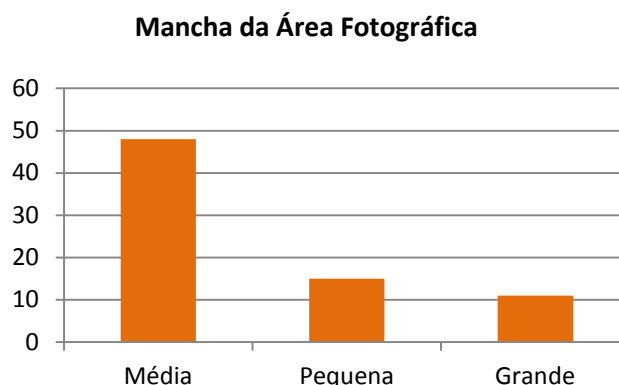
Vejam agora os cenários que predominam nas páginas do jornal. Como seria expectável, o *campo de futebol* é, com larga distância, o cenário que mais vezes é retratado pela *Tribuna Desportiva* (39), aparecendo na grande maioria das ocasiões em situação de rescaldo de jogo. Na segunda posição, com apenas 9 ocorrências, encontramos imagens de *pavilhão*, ao passo que vemos em 8 registos o interior de diversas *coletividades locais*. Ainda com um número algo significativo temos a *rua* com 7 ocorrências e a *conferência de imprensa* com apenas 3 registos.

A análise identificou ainda uma ocorrência por cada um dos seguintes cenários: *montanha*, *picadeiro*, *sede de campanha*, *túnel*, *restaurante*, *estrada* ou *pista de atletismo*, todos por uma ocasião, havendo também lugar para uma fotomontagem, presente numa das páginas de opinião. O escasso recurso a fotomontagens dever-se-á, estamos em crer, à falta de recursos humanos do jornal em causa, uma vez que, como o próprio diretor da *Tribuna Desportiva* admite, o jornal vive dias conturbados, com uma redação com um vínculo precário que, quase sempre, trabalha a partir de casa.

5.3.6.4 - Mancha da Área Fotográfica

Em termos globais, a mancha da área fotográfica poderá ser representada do seguinte modo:

Gráfico n°5: Distribuição da Mancha de Área Fotográfica



Uma vez que o jornal utiliza fotografias com inúmeros tamanhos, a análise elaborada optou por apresentar uma escala simples mas fiável. Assim, chamámos *pequena* à mancha fotográfica da página que não ultrapassa o quarto de página. Quando a mancha atinge ou se aproxima muito da meia página dizemos que a mancha é *média* e quando supera a meia página definimos o tamanho de *grande*.

Relativamente a números, mais de metade das páginas (48) apresenta uma mancha fotográfica *média*, ficando a grande distância as páginas com uma mancha *pequena* (15) e *grande* (11). Curiosamente, todas as primeiras páginas apresentam grandes manchas fotográficas para chamar a atenção do leitor, mas essa opção acaba por não ser acompanhada nas restantes páginas do jornal, que procura evidenciar uma correlação mais equilibrada entre texto e imagens, optando por manchas fotográficas *médias*.

Curiosamente, os dados analisados contrariam a opinião de inúmeros assinantes que, aquando da entrevista, opinaram que a *Tribuna Desportiva* apresentava uma mancha fotográfica exagerada. Ainda assim, o próprio diretor da publicação admite que a publicação de fotografias é uma arma simples e funcional para estimular a compra de jornais, nomeadamente entre a comunidade local de familiares e amigos dos desportistas, além dos próprios atletas.

5.3.6.5 - Distribuição da Saliência de Imagens

Quadro nº9 – Distribuição da Saliência de Imagens.

Saliência Fotográfica	
Imagens	Nº de Ocorrências
Equipas perfiladas	20
Jogos de futebol	19
Desportistas	8
Dirigentes associativos	8
Políticos	8
Provas de atletismo	3
Conferências de imprensa	3
Candidaturas	1
Equipa a celebrar	1
Apresentação de plantel	1
Almoço de convívio	1
Apresentação de viatura	1

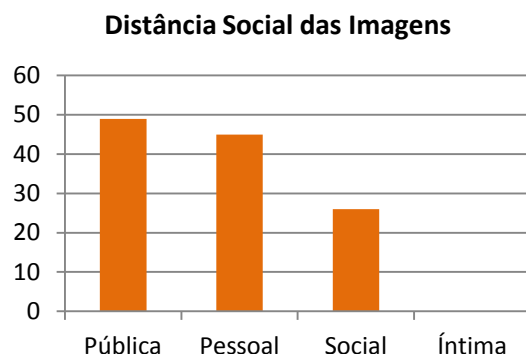
Como podemos observar, os resultados são díspares mas, uma vez mais, há uma opção que se sobrepõe às demais: em 20 páginas a saliência vai para as *equipas perfiladas* antes do início de um jogo de futebol ou futsal ou antes de iniciar uma prova de atletismo.

Com 19 registos encontramos *jogos de futebol* e depois, a grande distância, os *desportistas* (8). Realce ainda para o aparecimento de oito registos de *dirigentes associativos* e *políticos*, que supera, em larga escala as *provas de atletismo* e *conferências de imprensa* (ambas em três ocorrências). Saliência também para temas marginais como uma *candidatura*, uma *equipa a celebrar*, a *apresentação de plantel*, um *almoço de convívio* ou uma *apresentação de viatura*.

Os dados obtidos não surpreendem e acompanham a tendência que já mencionámos anteriormente, a de a *Tribuna Desportiva* valorizar o futebol mais do que qualquer outro desporto.

5.3.6.6 - Distribuição da Distância Social das Imagens

Gráfico nº6: Distribuição da Distância Social das Imagens.



Como nos é dado verificar, não encontramos nenhuma fotografia *íntima*, e a subcategoria menos utilizada dos restantes três é a *social*. Deparamo-nos ainda com 45 fotografias *pessoais* e 49 *públicas*.

Podemos com estes resultados chegar a algumas conclusões. As imagens *públicas* são as mais utilizadas, porque o jornal dá muito enfoque ao futebol, nomeadamente a situações de jogo onde aparecem vários jogadores. Por outro lado, e como personaliza bastante o esforço de atletas, dirigentes e árbitros, entre outros, a *Tribuna Desportiva* utiliza também muitas imagens *pessoais*, capazes de criar uma ligação forte entre o leitor e a pessoa visada na foto, sem ferir, todavia, a sua intimidade.

6 - TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS QUANTITATIVOS

O conjunto das informações obtidas foi analisado no programa SPSS, versão 20 para Windows. Primeiramente os dados serão analisados de acordo com a metodologia descritiva usual (frequências, médias, desvios-padrão, número máximo e número mínimo). É importante referir que perante uma grande percentagem de não-respostas para as perguntas sobre os *porquês*, decidimos não contabilizar as mesmas ao longo do tratamento dos dados.

6.1 - ANÁLISE DESCRITIVA

Do universo dos assinantes da *Tribuna Desportiva*, a amostra é constituída por 106 sujeitos. A análise do Quadro 1 permite verificar que a amostra, no que diz respeito ao género, é constituída por 99 homens (90,8%) e 7 mulheres (6,4%), verificando-se no total 106 sujeitos (97,2%), contando-se com 3 não-respostas (2,8%).

Quadro nº10: Estatística Descritiva da Amostra segundo o *Género*

Género	nº de casos (N)	%
Masculino	99	90,8
Feminino	7	6,4
Total	106	97,2

É importante acrescentar que, com o intuito de reduzir a dispersão e variabilidade entre os dados, decidiu-se reagrupar as categorias de algumas variáveis para uma análise de dados com maior precisão. Estas serão então apresentadas ao longo da descrição da amostra.

No que se refere à *idade*, segundo o Quadro nº11, a faixa etária da nossa amostra varia entre os 18 e 61 anos, com uma idade média (M) = 33,84 e um desvio padrão (SD) = 10,60.

Quadro nº 11: Estatística Descritiva da Amostra segundo a *Idade*

N	Válidos	103
	Missings	6
Média		33,84
Desvio Padrão		10,599
Mínimo		18
Máximo		61

Dividiu-se a variável *idade* em quatro categorias: dos 18 aos 29 anos, dos 30 aos 39 anos, dos 40 aos 49 e dos 50 aos 63 anos. Contou-se com 39 pessoas entre os 18 e 29 anos (35,8%), 37 com idades compreendidas entre 30 e 39 anos (33,9%), 16 dos 40 aos 49 anos (14,7%) e 11 dos 50 aos 63 anos (10,1%), obtendo-se no total 103 sujeitos (94,5%), com seis não-respostas (5,5%).

Quadro nº12: Frequência e Percentagem dos Sujeitos da Amostra segundo os *Níveis de Faixa Etária*

Faixa Etária	N	%
18 - 29	39	35,8
30 - 39	37	33,9
40 - 49	16	14,7
50 - 63	11	10,1
Total	103	94,5

O Quadro nº 13 permite-nos observar que a amostra, no que toca à variável *distrito de residência*, é constituída por 88 sujeitos residentes em Castelo Branco (80,7%), 5 residentes na Guarda (4,6%), 1 residente em Aveiro (0,9%), 1 no Brasil (0,9%), 1 no Porto (0,9%) e 1 em Coimbra (0,9%), existindo um total de 107 sujeitos (98,2%), contando-se com duas não-respostas (1,8%).

Quadro nº13: Estatística Descritiva da Amostra segundo o *Distrito de Residência*

Distrito	N	%
Castelo Branco	88	80,7
Guarda	5	4,6
Aveiro	1	0,9
Lisboa	10	9,2
Brasil	1	0,9
Porto	1	0,9
Coimbra	1	0,9
Total	107	98,2

No entanto, será utilizada a variável *distrito* codificada, sendo esta dividida em dois grupos: Castelo Branco (inclui apenas o distrito de Castelo Branco) e outras localidades (engloba os restantes distritos/locais: Guarda, Aveiro, Lisboa, Brasil, Porto e Coimbra). Na categoria *Castelo Branco* existem 88 sujeitos (80,7%) e nas *outras localidades* 19 pessoas (17,4%).

Quadro nº14: Estatística Descritiva da Amostra segundo o *Distrito de Residência* codificado

Distrito	N	%
Castelo Branco	88	80,7
Outras localidades	19	17,4
Total	107	98,2

Verifica-se, através do quadro nº 15, que a amostra, referente às *habilitações literárias* dos sujeitos, é constituída por 2 pessoas (1,8%) com o ensino primário, 70 sujeitos (64,2%) com ensino secundário, e 37 pessoas com o ensino superior (33,9%), correspondendo a um total de 109 sujeitos (100%), não existindo não respostas.

Quadro nº15: Estatística Descritiva da Amostra segundo as *Habilitações Literárias*

Habilitações	N	%
Ensino Primário	2	1,8
Ensino Secundário	70	64,2
Ensino Superior	37	33,9
Total	109	100,0

Repetiu-se o mesmo procedimento de recodificação da variável, de forma a reduzir a dispersão dos dados, agrupando-se as categorias de forma a se tornar numa variável nominal dicotómica. A variável *habilitações literárias* codificada inclui a categoria: até ao ensino secundário (desde ensino primário até secundário) (66,1% da amostra) e ensino superior (33,9%).

Quadro nº.16: Estatística Descritiva da Amostra segundo as *Habilitações Literárias* codificada

Habilitações	N	%
Até Ensino Secundário	72	66,1
Ensino Superior	37	33,9
Total	109	100,0

No que diz respeito à condição laboral, segundo o Quadro nº17, 15 estudantes (13,8%), 15 desempregados (13,8%), 15 trabalhadores por conta própria (13,8%), 61 trabalhadores por conta de outrem (56%) e 3 reformados (2,8%), com um total de 109 sujeitos (100%), não existindo não-respostas.

Quadronº17: Estatística Descritiva da Amostra segundo o *Estado Profissional*

Estado Profissional	N	%
Estudante	15	13,8
Desempregado	15	13,8
Trabalhador por Conta Própria	15	13,8
Trabalhador por Conta de Outrem	61	56,0
Reformado	3	2,8
Total	109	100,0

A recodificação da variável *estado profissional* inclui apenas duas categorias: não ativo (engloba as categorias: estudante, desempregado e reformado) e ativo (inclui: trabalhador por conta própria e trabalhador por conta de outrem). O não ativo tem 33 sujeitos (30,3%), enquanto o ativo tem 76 pessoas (69,7%).

Quadro nº18: Estatística Descritiva da Amostra segundo o *Estado Profissional* codificado

Estado Profissional	N	%
Não Ativo	33	30,3
Ativo	76	69,7
Total	109	100,0

Importância do desporto na vida dos inquiridos

Com base no quadro nº19, podemos observar que a maioria dos inquiridos, por um lado, considera importante (53,2%) e muito importante (43,1%) o desporto na sua vida. Por outro lado, existe uma percentagem mínima de pessoas que considera o desporto pouco importante (1,8%) ou indiferente (1,8%), obtendo-se um total de 109 sujeitos (100%).

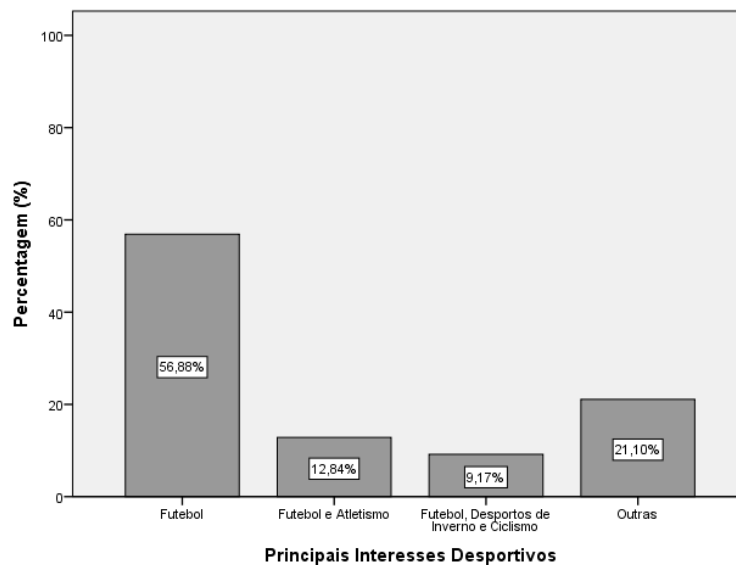
Quadro nº19: Análise Descritiva da Amostra segundo a *Importância do Desporto* em Geral na Vida das Pessoas

Importância do Desporto	N	%
Pouco importante	2	1,8
Indiferente	2	1,8
Importante	58	53,2
Muito importante	47	43,1
Total	109	100,0

Principais interesses desportivos

No gráfico que se segue observa-se que mais de metade da amostra aponta como único interesse desportivo o futebol (56,88%), seguindo-se o futebol e atletismo (12,84%), e futebol, desportos de inverno e ciclismo (9,17%). Contudo, algumas pessoas responderam que o futebol constituía um dos seus principais interesses desportivos, juntamente com outras opções, podendo afirmar-se que assim os interessados desta amostra nesta modalidade são de 100 pessoas. O basquetebol, desportos de inverno, atletismo, futsal, caça, bilhar e desportos aquáticos são os desportos de menor interesse para a amostra (com 0,9% cada opção), encontrando-se agrupados apenas numa categoria pela sua percentagem não atingir os 5%. Obteve-se um total de 109 sujeitos (100%).

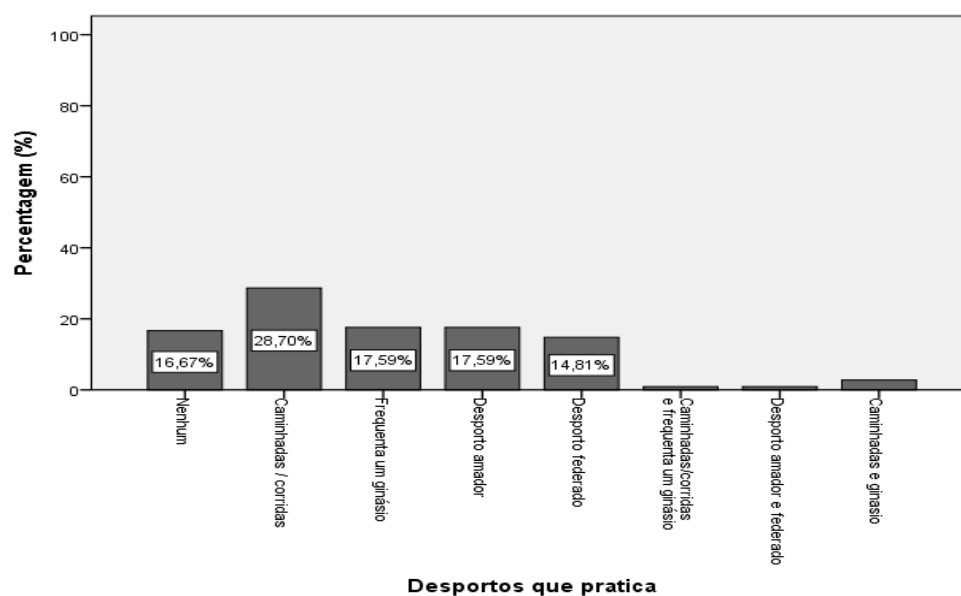
Gráfico nº7: Distribuição da Percentagem dos Principais Interesses Desportivos



Desportos que Pratica

No gráfico nº8, é visível que a maior percentagem da amostra se centra nas caminhadas ou corridas (28,7%) como o desporto que pratica, seguindo-se a frequência de um ginásio (17,59%) e a prática de desporto amador (17,59%). Contabilizaram-se menos indivíduos que praticam simultaneamente várias modalidades desportivas, nomeadamente caminhadas/corridas e frequência de ginásio (0,9%), e prática de desporto amador e federado (0,9%). Obteve-se um total de 108 sujeitos (99,1%), devido a uma não-resposta.

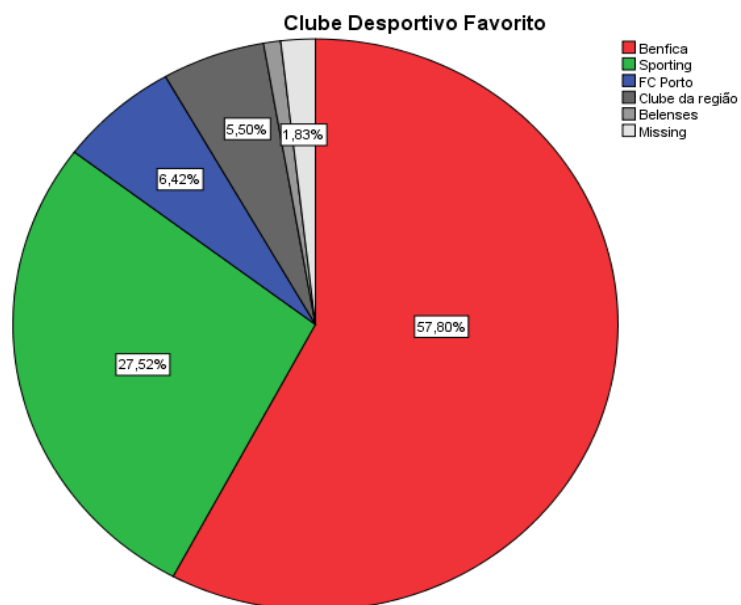
Gráfico nº 8: Distribuição da Percentagem dos Desportos que a Amostra Pratica



Clube desportivo favorito

Quanto ao clube desportivo favorito, pode-se afirmar que mais de metade da amostra considerou o Benfica como o clube desportivo favorito (57,8%), seguindo-se o Sporting (27,52%). Como o menos escolhido, temos o Belenenses (0,9%). Contou-se um total de 107 sujeitos (98,2%), devido à presença de duas não-respostas (1,8%). Salienta-se que 5,50% dos inquiridos são simpatizantes de um clube regional (gráfico nº9).

Gráfico n°9: Distribuição da Percentagem do *Clube Desportivo Favorito* da Amostra



Preferências de leitura de jornais

Relativamente à variável preferências de leitura de jornais, a amostra selecionou diversas opções, sendo que 18 pessoas (16,5%) preferem tanto jornais nacionais como especializados, seguindo-se 16 sujeitos (14,7%) que optam por jornais especializados, por último 15 indivíduos (13,8%) preferem tanto jornais regionais como especializados, podendo-se afirmar que são os jornais especializados uma das primordiais escolhas, com cerca de 60 escolhas, de uma forma geral. Por outro lado, são os jornais generalistas como um dos menos preferidos, tendo em conta a existência apenas de um sujeito (0,9%), o mesmo acontece com as opções jornais nacionais, generalistas e especializados; e jornais regionais e generalistas (quadro n° 20).

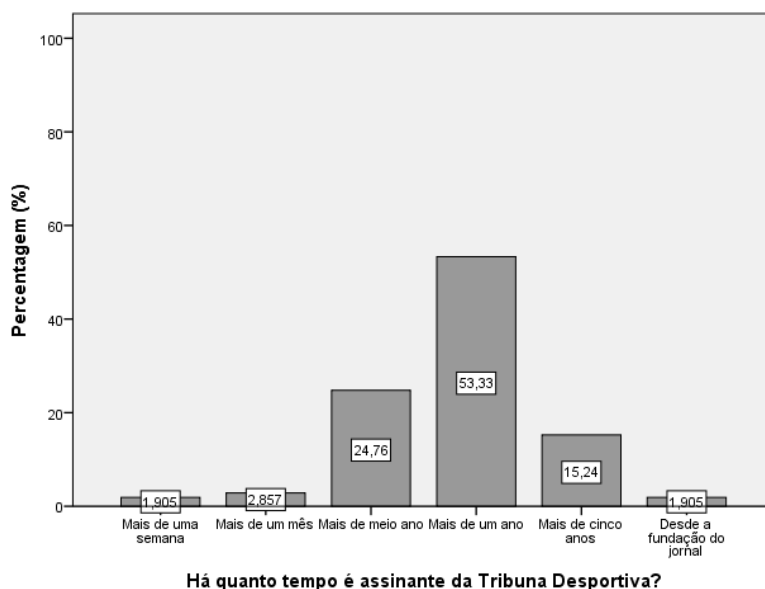
Quadro nº 20: Análise Descritiva da Amostra segundo as *Preferências de Leitura de Jornais*

Preferência de Leitura	N	%
Jornais nacionais	11	10,1
Jornais regionais	12	11,0
Jornais especializados	16	14,7
Jornais generalistas	1	0,9
Jornais nacionais, regionais e especializados	10	9,2
Jornais regionais e especializados	15	13,8
Jornais nacionais e especializados	18	16,5
Jornais nacionais e generalistas	6	5,5
Jornais nacionais e regionais	13	11,9
Jornais nacionais, regionais e generalistas	2	1,8
Jornais nacionais, generalistas e especializados	1	0,9
Todos os tipos de jornais	3	2,8
Jornais regionais e generalistas	1	0,9
Total	109	100,0

Tempo de assinatura da *Tribuna Desportiva*

Quanto ao tempo de assinatura da *Tribuna Desportiva*, cerca de metade da amostra refere que a sua assinatura existe há mais de um ano (53,33%); e uma boa percentagem (24,76%) refere que assina o jornal há mais de meio ano. Um pequena minoria referiu que ou era assinante do jornal há mais de uma semana ou desde a sua fundação, com uma percentagem equivalente de 1,91%. Obteve-se um total de 109 sujeitos (100%) (Gráfico nº10).

Gráfico nº10: Distribuição da Percentagem do Tempo de Assinatura da *Tribuna Desportiva*



Motivações para a assinatura do jornal

A amostra aponta como as principais motivações as seguintes: destaque dado a entidades locais e regionais (16,5%), gosto pelo desporto (13,8%), e ambas as anteriores com 24 sujeitos (22,2%). A sensação de proximidade ao local onde os inquiridos nasceram ou vivem, e destaque dado às equipas adversárias e/ou distritais correspondem às menores motivações seleccionadas pelos inquiridos. Obteve-se um total de 109 sujeitos (100%) (quadro nº 21).

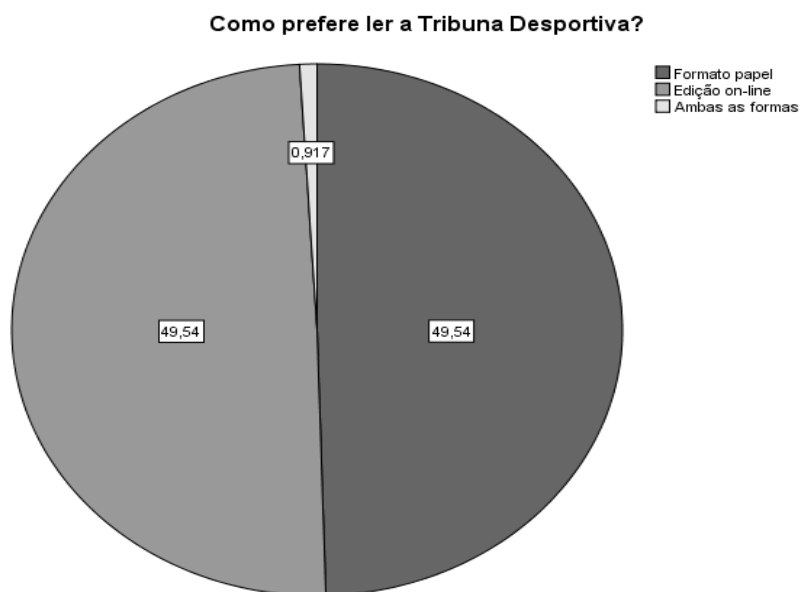
Quadro nº 21: Análise Descritiva das *Motivações para a Assinatura do Jornal*

Motivações	N	%
Gosta de desporto	15	13,9
Destaque dado a entidades locais e regionais	18	16,5
Destaque dado a familiares e amigos	9	8,4
Sensação de proximidade ao local onde nasceu ou vive	2	1,8
Destaque dado às equipas adversárias e/ou distritais	2	1,8
Todas as opções anteriores	8	7,5
Outras razões (combinações das anteriores)	31	27,9
Gosto pelo desporto e destaque dado a entidades locais e regionais	24	22,2
Total	109	100,0

Formato de leitura da *Tribuna Desportiva*

Segundo o gráfico nº11 a amostra tanto prefere ler a *Tribuna Desportiva* em formato de papel, como em formato *online*, com 54 inquiridos (49,54%) em cada opção. Uma pequena minoria, 1 sujeito (0,92%), prefere de ambas as formas apresentadas. Obteve-se um total de 109 sujeitos (100%).

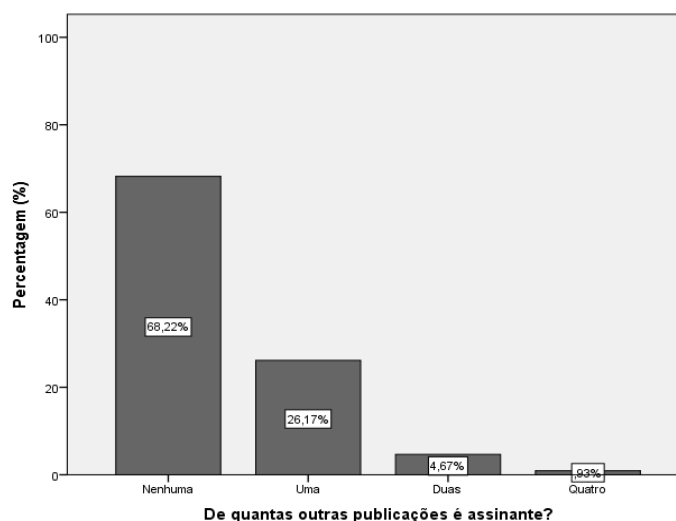
Gráfico nº11: Distribuição da Percentagem da Preferência de Leitura da *Tribuna Desportiva*



Assinante de outras publicações

A maioria da amostra referiu que não é assinante de outra publicação (68,22%), seguindo-se 28 sujeitos assinantes de uma publicação (26,17%), 5 pessoas afirmam duas publicações (4,67%) e 1 assinala quatro publicações (0,93%), além da *Tribuna Desportiva*; com um total de 107 sujeitos (98,2%) devido a duas não respostas (gráfico nº12).

Gráfico nº12: Distribuição dos Inquiridos Assinantes de Outras Publicações.



Dos 34 inquiridos que assinalaram que assinam outra publicação, foi referido que essas são: *Diário de Aveiro, A Bola, O Jogo, O Record* (0,9%); *Visão, Sábado* (8,3%); revistas e jornais desportivos (2,8%); jornais regionais (12,8%); revistas de saúde, bem-estar e de consumidores (2,8%); jornais generalistas nacionais e regionais (0,9%). Contou-se com três não-respostas.

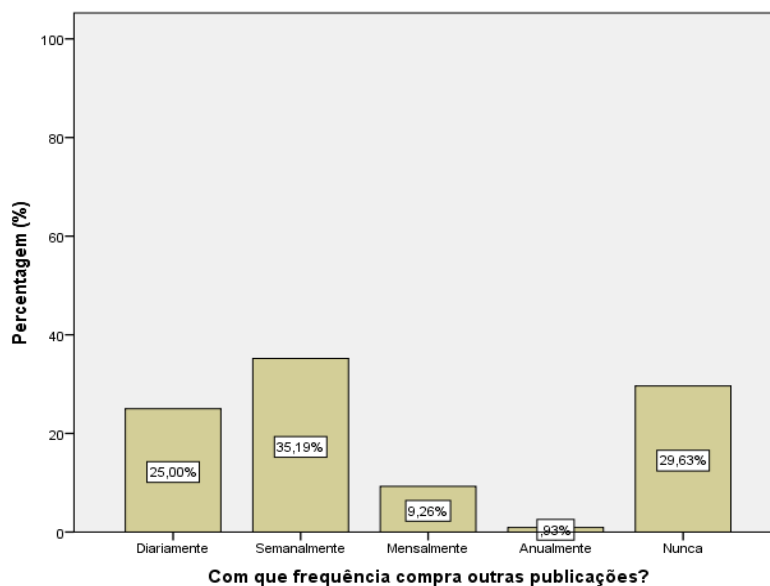
Quadro nº22: Distribuição dos Inquiridos segundo Outras Publicações que Assinam

Publicações que Assinam	N	%
Diário de Aveiro, A Bola, O Jogo, Record	1	0,9
Revistas generalistas nacionais (<i>Visão, Sábado</i>)	9	8,3
Revistas e jornais desportivos	3	2,8
Jornais regionais	14	12,8
Revistas de saúde e bem -estar e de consumidores	3	2,8
Jornais generalistas nacionais e regionais	1	0,9
Total	31	28,4

Frequência com que compra outras publicações

Com base no gráfico nº13, é possível afirmar que a amostra compra *semanalmente* outras publicações, com uma frequência de 38 (35,19%), seguindo-se a opção *nunca* compra, com 32 inquiridos (29,63%). A opção *anualmente* foi a menos selecionada pelos inquiridos, com 1 resposta (0,93%). Contabilizou-se apenas uma não resposta, obtendo-se 108 sujeitos (99,1%).

Gráfico nº13: Distribuição dos Inquiridos de acordo com a Frequência de Compra de Outras Publicações



Essas publicações são das mais diversas áreas. Contudo, os jornais nacionais desportivos figuram com maior proeminência, 36 de frequência e 33% de percentagem; as revistas de saúde, bem-estar e as de lazer são aquelas que menos foram referidas (1 inquirido - 0,9%, cada opção). Obteve-se um total de 44 não respostas, total de 65 indivíduos (59,6%) (quadro nº23).

Quadro nº23: Análise Descritiva de Outras Publicações que a Amostra Compra

Outras Publicações que Compram	N	%
Desportivos Nacionais	36	33,0
Revistas de Saúde e Bem-estar	1	0,9
Jornais generalistas regionais/locais	8	7,3
Jornais generalistas nacionais (Expresso, CM, DN)	9	8,3
Generalistas e especializados nacionais (Bola, Record, CM, DN)	6	5,5
Revistas sobre caça	2	1,8
Generalistas nacionais e regionais	2	1,8
Revistas de lazer	1	0,9
Total	65	59,6

Opinião acerca da *Tribuna Desportiva*

Relativamente à opinião dos inquiridos acerca da *Tribuna Desportiva* com base nas medidas de tendência central - a *média* e a *moda* - observou-se que o valor mais frequente na amostra é a pontuação 4, correspondendo ao ponto das escalas de *importante*, *satisfação*, etc., ou seja, aproxima-se do extremo positivo da escala. Especificamente, e com base na análise descritiva de cada variável (Apêndice IV), pode-se afirmar que a amostra considera:

- O jornal *Tribuna Desportiva* muito importante (53,2% da amostra);
- Os artigos (reportagens, entrevistas) são o que mais apreciam no jornal (36,7%);
- O jornal retrata bem a realidade desportiva do seu distrito (73,4%);
- Satisfação com a variedade de conteúdos do jornal (72,5%);
- Satisfação com a quantidade de informação do jornal (72,5%);
- Satisfação com o número de páginas do jornal (50,5%);
- Muita satisfação com a periodicidade da *Tribuna Desportiva* (49,5%);
- O género da escrita de um jornal é um aspeto muito importante (60,6%);
- A linguagem do jornal é apelativa (53,2%);
- É muito importante e gosta do equilíbrio da proporção entre o texto e as imagens (49,5% e 63,3%, respetivamente);
- A escrita é objetiva (67,9%);
- Os textos publicados são tidos como credíveis (76,1%);
- As notícias sobre futebol não ocupam demasiado espaço no jornal (82,6%);
- O jornal está imune a interesses económicos, políticos ou religiosos (62,4%);
- Algumas vezes as notícias da *Tribuna Desportiva* geram discussão ou polémica entre o público (51,4%);
- O jornal é visto como algo inovador em termos de avanços tecnológicos e atualização do seu formato ou conteúdos (56,9%).

A Tribuna Desportiva enquanto promotor do sentimento de pertença a uma comunidade

No que diz respeito ao sentimento de pertença à comunidade, sendo o jornal o veículo de promoção, através das medidas de tendência central referidas anteriormente, conseguimos afirmar que os inquiridos se centram na pontuação 3, ou seja, num valor intermédio da escala de *Likert*. De forma pormenorizada, através da análise descritiva de cada variável deste bloco, é possível dizer-se que:

- Cerca de 40% dos indivíduos afirmam que os amigos ou familiares já foram referidos no jornal algumas vezes;
- Mais de metade dos inquiridos afirmou que o jornal é um elemento importante na sua vida social (58,7%);
- Aproximadamente 49% da amostra afirma que alguns dos seus amigos e familiares lêem o jornal;
- O jornal é tema de conversa, com amigos ou familiares algumas vezes (45%).

6.2- ANÁLISE ESTATÍSTICA

O efeito das variáveis independentes nas variáveis dependentes foi analisado pelos testes *t-Student* e *One-Way ANOVA*, quando cumpriam os seguintes pressupostos: as observações dentro de cada grupo tinham distribuição normal (assumindo-se o Teorema do Limite Central); as observações eram independentes entre si; as variâncias de cada grupo eram iguais entre si, ou seja, havia homogeneidade. Quando os pressupostos não estavam assegurados realizaram-se os testes não paramétricos correspondentes, *Mann-Whitney* e *Kruskal-Wallis*, respetivamente (Maroco, 2007).

É de destacar que em todas as análises, a significância estatística foi aceite para um valor de $p < 0,05$, sendo que apenas se apresentarão os resultados que demonstraram a existência de diferenças significativas.

Antes de se iniciar o relato dos resultados encontrados no cruzamento das variáveis sociodemográficas com os inventários utilizados, é importante salvaguardar que as diferenças encontradas nos diversos testes se devem unicamente aos mesmos e não a outros fatores,

nomeadamente não existem diferenças etárias significativas entre o género do ponto de vista estatístico.

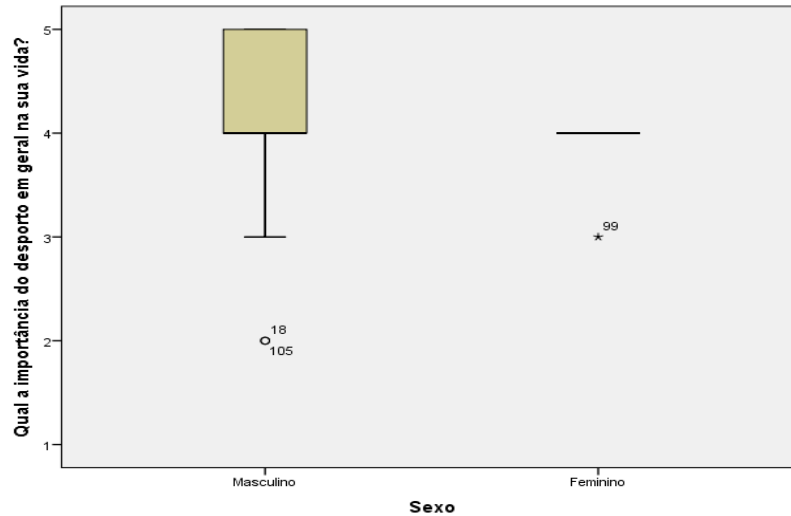
Importância atribuída ao desporto

As relações entre a importância do desporto e as variáveis sociodemográficas também foram consideradas, utilizando-se os diversos testes estatísticos já referidos. Os resultados, cujas diferenças não são estatisticamente significativas, não serão relatados, como foi o caso das seguintes variáveis independentes: *distrito de residência, estado profissional e habilitações literárias*.

Género

A comparação média da variável *importância do desporto* (escala de *Likert* para avaliar a importância do desporto: 1 – Nada Importante a 5 – Muito Importante) respeitante ao género (*masculino e feminino*) foi avaliada pelo teste *Mann-Whitney*. Os homens apresentaram *scores* de importância mais elevados do que as mulheres e as diferenças observadas foram estatisticamente significativas ($U = 170,5$; $W = 198,5$; $p = 0,01$). O gráfico nº14 ilustra a distribuição dos *scores* nos dois géneros, onde é visível que a mediana é a mesma para ambos os grupos, enquadrada no 1º quartil (4 para o género masculino) e no 3º quartil (5 para os homens). Para o género masculino a distribuição varia entre 3 (valor mínimo) e 5 (valor máximo), existindo dois *outliers*. No género feminino a distribuição centra-se na pontuação 4, onde se encontra também o valor mediano. Neste grupo também existe um valor designado extremo.

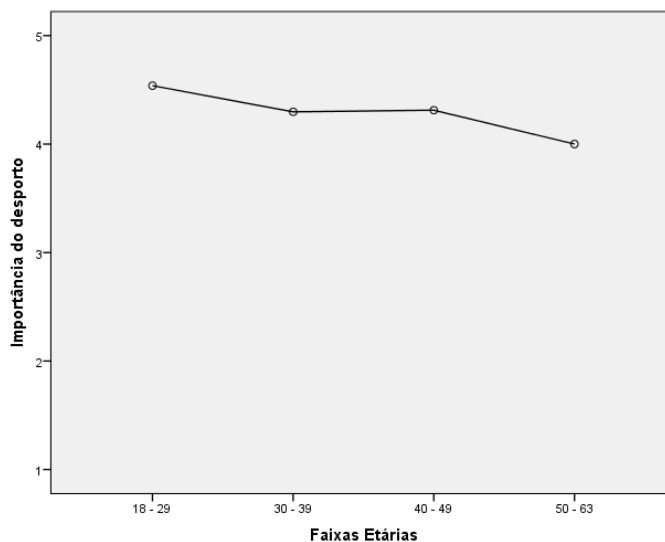
Gráfico nº14: Diagrama de Extremos e Quartis dos *Scores* de Importância do Desporto (1 – Nada Importante, 2 – Pouco Importante, 3 – Indiferente, 4 – Importante, 5 – Muito Importante) do Género Masculino ($n= 99$) e do Feminino ($n= 7$)



Idade

Com o intuito de saber se a faixa etária (variável *idade* por classes: 18-29, 30-39, 40-49 e 50-63) influencia significativamente a importância atribuída ao desporto, utilizou-se o teste *Kruskal-Wallis*, seguido da comparação múltipla da média das ordens (*Games-Howell*) para se identificar em qual ou quais dos grupos o desporto tem maior importância. Observaram-se então que as diferenças são estatisticamente significativas [$X^2_{KW} (3) = 12,857; p = 0,005$]. A faixa etária dos 50-63 anos apresenta um grau de importância significativamente diferente da faixa dos 18-29 anos ($p = 0,00$), pois os primeiros apresentam uma pontuação inferior aos últimos.

Gráfico nº 15: Distribuição Média da Importância Atribuída ao Desporto segundo a Idade (18-29, 30-39, 40-49 e 50-63)



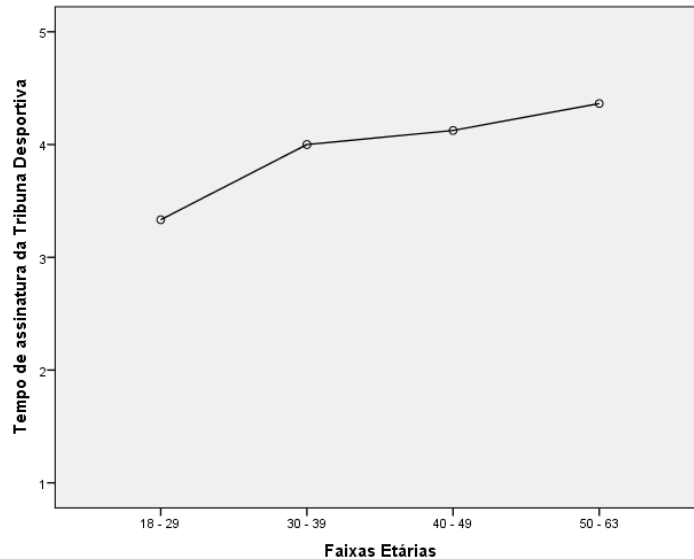
Tempo de assinatura do jornal

Seguindo-se para a avaliação se as variáveis sociodemográficas têm impacto no tempo de assinatura do jornal utilizaram-se os mesmos testes. Os resultados cujas diferenças não foram estatisticamente significativas dizem respeito às seguintes variáveis independentes: *género*, *habilitações literárias*, *distrito de residência* e *estado profissional*.

Idade

Para se avaliar se a variável *idade* (variável *idade* por faixas etárias: 18-29, 30-39, 40-49 e 50-63) tem impacto significativo no aumento do tempo de assinatura do jornal *Tribuna Desportiva*, optou-se pelo teste *Kruskal-Wallis*, seguido da comparação múltipla da média das ordens (*Games-Howell*). Observaram-se que as diferenças são estatisticamente significativas [$X^2_{KW}(3) = 22,874$; $p = 0,00$]. A faixa etária dos 18-29 anos apresenta um tempo de assinatura significativamente diferente da faixa dos 30-39 ($p = 0,005$), dos 40-49 ($p = 0,00$) e dos 50-63 anos ($p = 0,002$), pois os primeiros apresentam uma pontuação inferior aos últimos.

Gráfico nº16: Distribuição Média Tempo de Assinatura do Jornal segundo a Idade (18-29, 30-39, 40-49 e 50-63)



Importância atribuída à *Tribuna Desportiva*

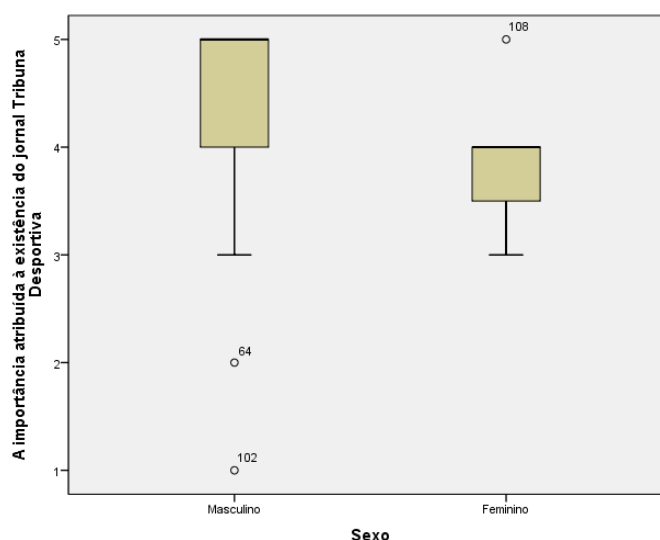
As variáveis independentes com resultados cujas diferenças entre as variáveis sociodemográficas e a importância do jornal não são estatisticamente significativas foram as seguintes: *distrito de residência* e *habilitações literárias*.

Género

O objetivo sobre a existência ou não de diferenças estatísticas na avaliação da importância atribuída à existência do jornal nos dois géneros foi avaliado pelo teste não paramétrico *Mann-Whitney*. Com base nos *outputs* do teste observa-se que os homens apresentaram *scores* de importância mais elevados do que as mulheres e as diferenças observadas foram estatisticamente significativas ($U = 179$; $W = 207$; $p = 0,016$). O gráfico nº 17 ilustra a distribuição dos *scores* nos dois géneros, visionando-se que a mediana do género masculino corresponde à pontuação 5 (muito importante), enquanto no feminino é 4 (importante). A distribuição dos homens varia entre 3 (indiferente) e 5, perante a das mulheres que se centra nas pontuações 3 e 4, valor mínimo (1º quartil) e máximo (3º quartil), respetivamente. Também se observam *outliers*, dois no género

masculino e um no género feminino (valores que se encontram fora da concentração maioritária de valores).

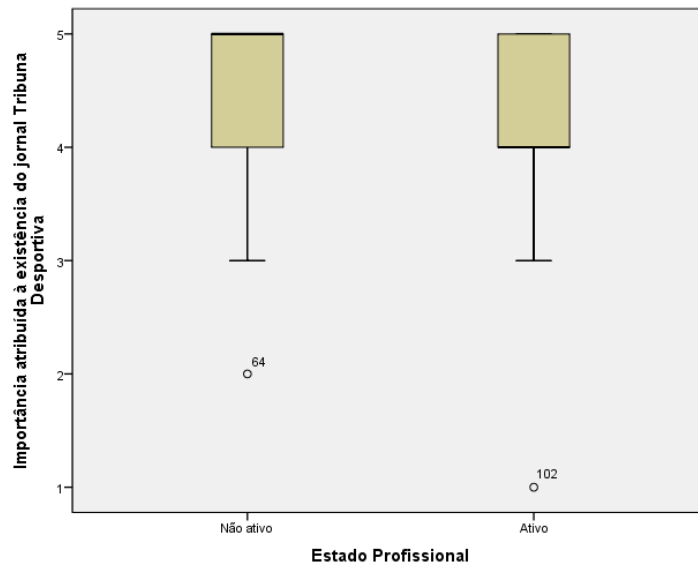
Gráfico nº 17: Diagrama de Extremos e Quartis dos *Scores* de Importância Atribuída ao Jornal (1 – Nada Importante, 2 – Pouco Importante, 3 – Indiferente, 4 – Importante, 5 – Muito Importante) do Género Masculino ($n= 99$) e Feminino ($n= 7$)



Estado Profissional

Para a hipótese sobre a existência de diferenças na apreciação da importância atribuída à existência do jornal *Tribuna Desportiva* nos grupos não ativo e ativo, quanto ao estado profissional, evocou-se o teste não paramétrico *Mann-Whitney*. Com base na análise estatística, concluiu-se que existem diferenças significativas entres os dois grupos referidos ($U = 923,5$; $W = 3849,5$; $p = 0,014$), onde as pessoas que não estão no ativo apresentaram *scores* de avaliação da importância do jornal superiores àqueles que se encontram no ativo. Acrescenta-se ainda, e com base na observação do gráfico que se segue, que a distribuição de ambos os grupos varia entre as pontuações de 3 (1º quartil) e 5 (mediana), sendo o valor mediano idêntico em ambos, na pontuação de 5. Em ambos os grupos existe um *outlier*. A figura seguinte representa graficamente o que foi mencionado.

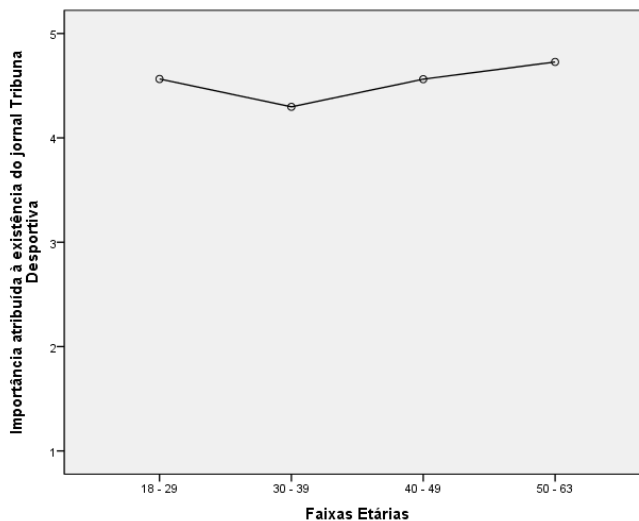
Gráfico n°18: Diagrama de Extremos e Quartis dos *Scores* de Importância Atribuída ao Jornal (1 – Nada Importante, 2 – Pouco Importante, 3 – Indiferente, 4 – Importante, 5 – Muito Importante) no Estado Profissional Não Ativo ($n= 33$) e Ativo ($n= 76$)



Idade

Para se compreender se a variável idade influenciou significativamente a importância atribuída à existência do jornal – variável medida numa escala ordinal de 5 pontos: 1 – nada importante, 2 – pouco importante, 3 – indiferente, 4 – importante, 5 – muito importante –, recorreu-se ao teste não paramétrico de *Kruskal-Wallis*, seguido da comparação múltipla das médias das ordens (*Games-Howell*). A idade teve um efeito estatisticamente significativo sobre o grau de importância atribuída ao jornal [$X^2_{KW}(3) = 4,04; p = 0,00$]. De acordo com a comparação múltipla de média das ordens, as faixas etárias não apresentam diferenças significativas. Contudo, é visível no gráfico que o grupo que se distingue dos outros é o dos 30 aos 39 anos por uma avaliação inferior da importância face ao jornal.

Gráfico n°19: Distribuição Média da Importância Atribuída à Existência do jornal *Tribuna Desportiva* Segundo a Idade (compreendida nas faixas etárias 18-29, 30-39, 40-49 e 50-63 anos)



Opinião acerca da *Tribuna Desportiva*

Realizaram-se algumas transformações às variáveis por forma a permitir uma melhor análise estatística, tal como alguns reagrupamentos de variáveis. O bloco C corresponde à secção acerca da opinião dos inquiridos sobre a *Tribuna Desportiva*. Começou-se por avaliar a consistência interna dos 14 itens, através do *Alpha de Cronbach*, que irão compor a nova variável compósita², sendo esta reveladora de uma boa consistência interna (α 0,87).

² A variável compósita bloco c é composta pelos seguintes itens: “15- Qual a importância que atribui à existência do jornal *Tribuna Desportiva*?; 16- O que mais aprecia na *Tribuna Desportiva*?; 17- De que forma a *Tribuna Desportiva* retrata a realidade desportiva do seu distrito?; 18- Está satisfeito com a variedade de conteúdos do jornal *Tribuna Desportiva*?; 19- Está satisfeito em relação à quantidade de “informação” no jornal *Tribuna Desportiva*?; 20- Está satisfeito com o número de páginas do jornal *Tribuna Desportiva*?; 21- Está satisfeito a com periodicidade do jornal *Tribuna Desportiva*?; 22- Qual a importância que atribui ao género de escrita de um jornal?; 23- Como classifica a linguagem do jornal *Tribuna Desportiva*?; 24- Qual a importância que atribui ao equilíbrio da proporção entre o texto e as imagens num jornal?; 25- Gosta da proporção que existe entre as imagens e o texto no jornal *Tribuna Desportiva*?; 26- Como classifica a escrita do jornal *Tribuna Desportiva*?; 27- No que respeita à veracidade, como classifica os textos publicados no jornal *Tribuna Desportiva*?; 30- Com que frequência as notícias da *Tribuna Desportiva* geram discussão ou polémica entre o público?; 31- Como classifica o jornal *Tribuna Desportiva* em termos de inovação tecnológica e atualização do seu formato ou conteúdos?”.

Realizaram-se diversos testes estatísticos para cruzar esta variável dependente quantitativa com as variáveis sociodemográficas codificadas. Com as seguintes variáveis não existiram diferenças significativas: *género, distrito de residência e habilitações literárias*.

Estado Profissional

A significância de diferença de médias entre a opinião sobre o jornal (variável compósita do Bloco C) e o estado profissional (estar ou não no ativo) foi avaliada através do teste *t-Student* para amostras independentes. As pessoas cujo estado profissional é *não ativo* têm uma opinião significativamente mais positiva acerca do jornal ($M = 4,21$) do que os que estão *no ativo* ($M = 4,02$) (quadro nº15). As diferenças observadas entre as variáveis mencionadas são estatisticamente significativas [$t(107) = 2,142$; $p = 0,34$].

Quadro nº24: Valores Médios e Desvio-padrão da Opinião sobre a *Tribuna Desportiva* nos Dois Grupos do Estado Profissional (não ativo vs. ativo)

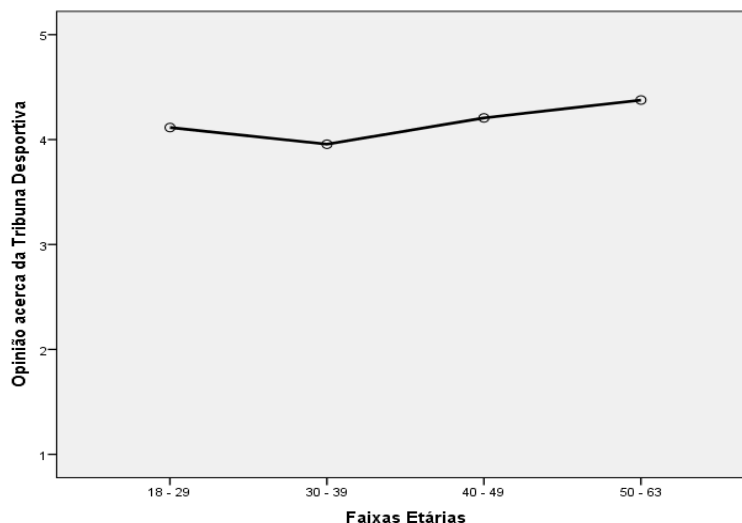
	Estado profissional	Nº	Média	Desvio-padrão	Erro-padrão da média
Opinião acerca da <i>Tribuna Desportiva</i>	Não ativo	33	4,21	0,439	0,077
	Ativo	76	4,02	0,416	0,048

Idade

Para avaliar se a *idade* (faixas etárias: 18-29, 30-39, 40-49 e 50-63) influenciou significativamente a opinião acerca da *Tribuna Desportiva* utilizou-se o teste *One-Way ANOVA*, seguido da comparação múltipla de média das ordens (*Scheffe*). Concluiu-se, com base no teste em questão, que existem diferenças significativas entre as variáveis [$F(3, 99) = 4,088$; $p = 0,009$]. De acordo com a comparação múltipla de média das ordens é possível concluir que as diferenças estatisticamente significativas na opinião sobre o jornal ocorrem nas faixas etárias 30-39 e 50-63 ($p = 0,020$). A comparação múltipla permite ainda afirmar que os sujeitos com idades compreendidas entre os 50 e 63 anos apresentam pontuações superiores ao nível da opinião sobre o jornal, traduzindo-se numa opinião mais positiva, comparativamente com as outras faixas

etárias. Todavia, é necessário referir que apesar de a diferença ser significativa, os valores médios das várias faixas etárias centram-se na pontuação 4 (gráfico nº15).

Gráfico nº20: Distribuição Média da Opinião acerca da *Tribuna Desportiva* segundo a Idade (18-29, 30-39, 40-49 e 50-63)



***Tribuna Desportiva* como promotor do sentimento de pertença a uma comunidade**

No Bloco D, correspondente à secção que aborda a *Tribuna Desportiva* enquanto promotor do sentimento de pertença a uma comunidade, decidiu-se agrupar todos os itens de escala de *Likert* numa só variável índice, sendo constituída por 5 itens³. Iniciou-se pela avaliação da consistência interna dos itens, através do *Alpha de Cronbach*, sendo este indicador revelador de uma consistência aceitável (α 0,78).

Foram realizados testes estatísticos para cruzar a variável Bloco D com as variáveis sociodemográficas. Ressalva-se que com as seguintes variáveis não existiram diferenças significativas: género, idade, habilitações literárias e estado profissional.

3 A variável compósita bloco D é composta pelos seguintes itens: 32- Com que frequência já foi mencionado/a no jornal *Tribuna Desportiva* através da escrita ou de uma fotografia?; 33- Com que frequência amigos ou familiares já foram mencionados no jornal *Tribuna Desportiva* através da escrita ou de uma fotografia?; 35- Que importância atribui à *Tribuna Desportiva* na sua vida social; 36- Quantos familiares e amigos leem a *Tribuna Desportiva*?; 37- Nas conversas com familiares e amigos, com que frequência a *Tribuna Desportiva* é tema de conversa?''.

Distrito

A significância da diferença entre as médias face ao jornal como promotor de pertença aos distritos de Castelo Branco (grupo 1) vs. outras localidades (grupo 2) foi avaliada com o teste *t-Student* para amostras independentes. Consideraram-se estatisticamente significativas as diferenças de médias [$t(105) = 2,056$; $p = 0,042$]. Os residentes de Castelo Branco consideram mais que o jornal *Tribuna Desportiva* constitui um elemento promotor do sentimento de pertença à comunidade ($M = 3,01$; $SEM = 0,073$), neste caso ao distrito em questão, enquanto as outras localidades não consideram tanto ($M = 2,65$; $SEM = 0,169$) (quadro nº16).

Quadro nº25: Valores Médios e Desvio-padrão da Promoção do Jornal para Sentimento de Pertença à Comunidade nos dois Grupos do Distrito de Residência (Castelo Branco vs. outras localidades)

	Distrito	Nº	Média	Desvio-padrão	Erro-padrão da média
A <i>Tribuna Desportiva</i> enquanto promotor do sentimento de pertença a uma comunidade	Castelo Branco	88	3,01	0,683	0,073
	Outras localidades	19	2,65	0,736	0,169

Quando questionados sobre o que fariam para assegurar a viabilidade futura da *Tribuna Desportiva*, foram apontados diversos aspetos pelos inquiridos, como se percebe no quadro nº26.

Resumidamente, eis as conclusões obtidas com o cruzamento das variáveis apresentadas:

- O desporto tem mais importância para pessoas do género masculino, e com idades compreendidas entre os 18 e os 29 anos;
- As pessoas com idades compreendidas entre os 50 e os 63 anos assinam o jornal há mais tempo;
- É o género masculino, as pessoas que não estão no ativo e os que têm entre 50 e 63 anos que atribuem maior importância à existência do jornal;
- Quanto à opinião sobre o jornal são os não ativos e os da faixa etária dos 50 aos 63 anos que têm uma opinião mais positiva;
- São os residentes do distrito de Castelo Branco que mais consideram que o jornal constitui um elemento que promove o sentimento de pertença à comunidade.

Quando questionámos os inquiridos acerca de possíveis sugestões para aumentar a tiragem da *Tribuna Desportiva*, foram diversas as respostas. Entre as mais enumeradas salientamos a *melhoria do texto e linguagem utilizados* (39 respostas), bem como da *apresentação do jornal* (45 respostas) e da sua *componente fotográfica* (49 respostas). A inclusão de *mais modalidades desportivas* foi uma das sugestões mais frequentes (55 respostas). Através do quadro nº 26, tem-se uma noção mais abrangente das sugestões apresentadas pelos assinantes envolvidos neste estudo.

Quadro nº26: Sugestão dos Inquiridos para Aumentar a Viabilidade Futura do Jornal

Tribuna Desportiva

Sugestões	N
Aumentava a tiragem do jornal	21
Aumentava número de páginas	34
Falava de mais modalidades	55
Melhorava o texto e a linguagem	39
Diminuía o conteúdo publicitário	4
Não alterava nada, está bem assim	15
Diminuía a tiragem do jornal	0
Diminuía o número de páginas	0
Melhorava a apresentação do jornal	45
Melhorava a componente fotográfica	49
Aumentava conteúdo publicitário	18

Relativamente às características que os inquiridos consideram determinantes para o facto de serem assinantes do jornal em estudo, as mais indicadas foram a sua fácil acessibilidade (71 respostas), a apresentação de temas atuais (75 respostas), o conhecimento dos agentes noticiados (63 respostas) e a linguagem acessível (68 respostas), tal como se constata através do quadro nº27.

Quadro nº27: Características Determinantes para a Adesão dos Assinantes ao Jornal

Características	N
Fácil Acessibilidade	71
Estilo Antiquado	5
Credibilidade	52
Apresentação / Grafismo	11
Interessante	44
Notícias tendenciosas	5
Imparcialidade	25
Temas atuais	75
Conhecimento dos agentes sociais noticiados	63
Baixo preço	36
Linguagem acessível	68
Inovadora	11
Objetividade	36
Intrigante	2
Outras (Atualidade, Visibilidade, Promotor social)	3

7 - TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS QUALITATIVOS

7.1 - ANÁLISE DA ENTREVISTA AO DIRETOR DO JORNAL

Da análise das entrevistas realizadas a Pedro Martins, diretor do jornal *Tribuna Desportiva*, emergiram categorias e subcategorias que permitiram o agrupamento de toda a informação fornecida pelo entrevistado. As categorias e respetivas subcategorias encontram-se descritas no seguinte quadro:

Quadro nº28: Síntese das Categorias e Subcategorias da Entrevista ao Diretor da *Tribuna Desportiva*

CATEGORIA	SUB-CATEGORIA
Primeira experiência como jornalista	Mais de 20 anos
Percurso profissional	Rádio e Imprensa Regional
Carteira profissional	Tem
Entrada na <i>Tribuna Desportiva</i>	Mais de dez anos
Decisão de fundar um jornal regional desportivo	Boa ideia
Definição da <i>Tribuna Desportiva</i>	Importância social do jornal
Género de artigos da <i>Tribuna Desportiva</i>	Opinião / Informação
Organização temática do jornal	Divulgação de marcas do distrito
Preocupações com a formatação do jornal	Formatação adequada
Desportos mais visados na <i>Tribuna Desportiva</i>	Futebol
Tiragem da <i>Tribuna Desportiva</i>	Dez mil
Evolução das vendas da <i>Tribuna Desportiva</i>	Decrescente
Abrangência da <i>Tribuna Desportiva</i>	Castelo Branco / Guarda
Cobertura da <i>Tribuna Desportiva</i>	Boa
Opinião sobre textos da <i>Tribuna Desportiva</i>	Boa
Mercado concorrencial da <i>Tribuna Desportiva</i>	Ninguém
Outros jornais desportivos regionais	Escassos
Inexistência de mais jornais desportivos regionais	Conjetura difícil
Motivações para ler a <i>Tribuna Desportiva</i>	Destaque a jogadores e entidades do distrito
Diferenças entre a <i>Tribuna Desportiva</i> e os regionais generalistas	Mais desporto
Diferenças entre a <i>Tribuna Desportiva</i> e os nacionais generalistas	Mais desporto regional
Diferenças entre a <i>Tribuna Desportiva</i> e os nacionais desportivos	Mais desporto regional
Público-alvo da <i>Tribuna Desportiva</i>	Desportistas da região/Familiares/Associativismo
Percentagem de leitores na <i>Tribuna Desportiva</i>	Homem / Mulher

Leitores jovens da <i>Tribuna Desportiva</i>	Jornal feito para público jovem
Assinantes das comunidades emigrantes	Países lusófonos e europeus
Sistema de interatividade com os leitores	Facebook
Jornalistas / correspondentes a tempo inteiro	Três
Adequação do número de Jornalistas / correspondentes	Possível
Obrigatoriedade da carteira profissional	Inexistência de obrigatoriedade
Relação jornalista <i>versus</i> fontes	Ótima
Condicionado na realização do trabalho	Guerras com dirigentes
<i>Tribuna Desportiva</i> está imune a pressões	Sim
<i>Tribuna Desportiva</i> está imune a pressão publicitária	Tecido empresarial fraco
Jornalista alvo de processos judiciais	Processo sem seguimento
Anunciantes da <i>Tribuna Desportiva</i>	Publicidade comercial / institucional
Forma de cativar novos anunciantes	Tabela com preço inalterado
Formas de sustentabilidade da <i>Tribuna Desportiva</i>	Publicidade / Venda de jornais
Apoios económicos exteriores à <i>Tribuna Desportiva</i>	Inexistentes
Inovação tecnológica e atualização de conteúdos	Jornal inovador / Alterações no formato
Adaptação da <i>Tribuna Desportiva</i> à revolução tecnológica	Redação sem jornalistas
Acessibilidade <i>online</i> da <i>Tribuna Desportiva</i>	2011
Necessidade do produto <i>online</i>	Quebra de vendas / Novos tempos
Desafios do jornalismo digital	Abdicar do formato papel
Modelos de negócio via Internet	Crescimento económico / Ciclo positivo
Adesão dos leitores ao formato digital	Adesão positiva
Visualizações mensais <i>online</i>	Recortes.pt / Facebook
Assinantes oriundos do estrangeiro	Ligação antiga ao distrito
Inexistência de domínio próprio	Parceria <i>Tribuna Desportiva</i> / Recortes.pt
Transição do papel para o digital	Transição depende dos custos
Balanço da existência da <i>Tribuna Desportiva</i>	Anos bons versus anos de crise
Forma como a crise económica afeta a <i>Tribuna Desportiva</i>	Porte pago / anúncios obrigatórios
Importância do jornal na vida sociocultural do leitor	Promoção de atletas / Notoriedade
Sentimento de pertença a uma comunidade	Ajuda a manter hábitos de leitura
Emigrantes e a relação de proximidade à região	Ligação à região
Consequências de um possível desaparecimento da <i>Tribuna Desportiva</i>	Machadada no desporto regional

Esta ordenação na apresentação das categorias não é aleatória. Para a elaboração da sua disposição, tivemos em consideração o significado e o valor de cada uma delas, bem como a dinâmica de trabalho que quisemos seguir. No Apêndice II pode-se consultar a transcrição integral das entrevistas. Segue-se uma análise pormenorizada de cada uma das categorias, interpretando e discutindo os resultados, utilizando como pilar a fundamentação teórica realizada.

Relativamente ao início da sua atividade como jornalista, o diretor da *Tribuna Desportiva* sublinha que se profissionalizou em 1988 mas adianta que está ligado ao jornalismo desde 1976, tendo começado a trabalhar como amador na Rádio Altitude, sediada na Guarda.

Pedro Martins tem carteira profissional desde 1992 – quatro anos depois de se dedicar profissionalmente ao jornalismo – e iniciou o seu percurso como “coordenador de desporto da Rádio Caria, depois [estive] na Rádio da Covilhã, depois passei na [Rádio] Cova da Beira, regresso à Rádio da Covilhã e estou numa parceria do jornal com a Rádio Cova da Beira.” A parceria de que fala o diretor da *Tribuna Desportiva* vai ao encontro do que defende Silva (2006), que entende que as parcerias entre órgãos de múltiplas plataformas comunicacionais poderá ser positivo para todas as partes envolvidas.

O atual diretor da *Tribuna Desportiva* começou a desempenhar funções naquele jornal em 1994, altura em que assumiu o cargo de chefe de redação, que ocupou até 1996. Nesse ano, assumiu a direção do projeto, posição que mantém até hoje. No seu entender, a *Tribuna Desportiva* “é um jornal que todos os distritos deste país gostavam de ter”, não hesitando em assumir que “se algum dia a *Tribuna* lhes faltar vão ficar tristes.” Com sublinha Peruzzo (2005), os cidadãos locais são os principais consumidores, mas também os protagonistas de órgãos regionais como é o caso da *Tribuna Desportiva*.

Relativamente ao género de artigos existentes no jornal em causa, Pedro Martins adianta: “Temos alguma opinião, temos tudo o que acontece de futebol, de andebol, de voleibol, manifestações desportivas. Introduzimos, desde Janeiro, notícias extra desporto, pequenos extratos daquilo que acontece na política, sociedade, cultura... e depois um acompanhamento enorme do futebol do distrito.”

A predileção deste jornal pelo futebol não surpreende autores como Macedo (2008) ou Almeida (2008), que entendem que esta modalidade desportiva está muito acima das restantes, não só em termos de espetadores como também de mediatização comunicativa. A diferença é que, enquanto os *media* nacionais dão destaque às equipas dos escalões principais, a *Tribuna Desportiva* privilegia as equipas da região, dando-lhes um destaque que não encontram em mais lado nenhum.

Em termos de organização temática, este é um jornal que, segundo o seu diretor, privilegia e valoriza marcas da região, nomeadamente o Sporting Clube da Covilhã, que considera “uma bandeira da região e até do interior.” O entrevistado destaca ainda o acompanhamento dado às

diversas modalidades, em especial ao futebol, não só ao nível dos campeonatos distritais como no que diz respeito aos escalões de formação.

Em termos de formatação do jornal, Pedro Martins considera que a *Tribuna Desportiva* se assemelha a diários desportivos como *A Bola*, ou *Record*. Todavia, salienta que existem diferenças óbvias, nomeadamente ao nível das escolhas temáticas: “Nunca vi nenhum jornal nacional temático trazer nas páginas centrais um jogo de nível B de um campeonato distrital de infantis, com imagens e com acompanhamento do jogo. Crianças de 9 anos a virem nas páginas centrais, não vemos isso em mais lado nenhum.”

Recorremos novamente a Peruzzo (2005), pois a autora entende que existem inúmeros conteúdos que encontram apenas nestes pequenos órgãos o espaço e a visibilidade que não têm nos *mass media*, abordando essencialmente assuntos que afetam diretamente a vida das populações locais, a partir da mobilização social.

Relativamente ao acompanhamento das várias modalidades, o entrevistado assume que o futebol é a modalidade a que o jornal dá mais visibilidade e, quando convidado a justificar, refere apenas “porque é o futebol.” Todas as outras modalidades assumem um papel secundário, no entender do diretor, mas ressalva que “o atletismo tem uma página [no jornal] desde 1994, sempre, em todas as edições. O judo, o andebol, o basquetebol, sempre que há, são acompanhados.”

Dez mil exemplares é, segundo o diretor, o número que a *Tribuna Desportiva* imprime semanalmente, mesmo admitindo que o volume de vendas tem vindo a decrescer, especialmente entre Junho e Agosto que “são meses mais fracos porque ainda não há muita competição.” Neste ponto, é de salientar o valor médio de jornais impressos por este semanário, uma vez que mais que duplica os 4.000 jornais que Duarte (2005) aponta como sendo a média da imprensa regional portuguesa.

Em 2012, a *Tribuna Desportiva* decidiu expandir os seus conteúdos para o distrito da Guarda, mas em 2013 decidiu refrear a aposta. Assim se explica que, quando questionamos o diretor acerca da abrangência deste jornal, nos diga que em Castelo Branco é suficiente, mas na Guarda não o é, uma vez que “foi uma aposta que tentámos lançar mas que está em standby.” Ao sair da sua área de conforto, o jornal procurou alargar a sua área de abrangência, mas os intentos não foram bem-sucedidos, pois a comunidade egitaniense não mostrou a mesma disponibilidade e interesse que a albicastrense.

No que diz respeito à cobertura que o jornal faz dos acontecimentos desportivos, Pedro Martins entende que “é muito boa” e chega mesmo a opinar que “[s]e calhar não temos cá desportistas que mereçam tanta abrangência.” Sobral e Magalhães chamam a atenção para as inúmeras paixões clubísticas que fervilham em torno do desporto e dos seus protagonistas e estamos em crer que o que o diretor do semanário desportivo quer dizer com este ponto é que, no geral, a grande maioria dos protagonistas deste jornal não é suficientemente forte para se tornar um ídolo da comunidade local, motivo pelo qual a cobertura possa parecer, em alguns casos, exagerada.

O entrevistado entende, por outro lado, que os leitores ficam agradados com os conteúdos que lêem no jornal que dirige e assume: “Acho que somos objetivos e pontualmente temos algumas querelas por ser objetivos mas quando é preciso dizer a verdade diz-se, sem medo.” Curiosamente, esta opinião contraria a de Sobral e Magalhães, que entendem que escrever sobre desporto é “tentar objectivar o subjectivo”, uma vez que “[u]ma partida de futebol, por exemplo, será sempre passível de diversas interpretações.” (1999: 20).

Quando questionado sobre a concorrência, Pedro Martins diz que esta não existe, uma vez que a maioria dos conteúdos não é divulgada por mais nenhum jornal. Estima que existam no país apenas “mais dois ou três” jornais semelhantes à *Tribuna Desportiva*, ou seja, desportivos de âmbito local e/ou regional. A situação deste jornal diverge, em absoluto, dos *media* de âmbito nacional que, segundo Duarte (2005) enfrentam um mercado concorrencial cada vez mais feroz. Santos (2008) dá, como exemplo, os diários gratuitos que estão presentes em inúmeras metrópoles mas que ainda não chegaram aos meios mais pequenos, onde os *media* locais e regionais continuam a merecer a confiança de uma camada da população bastante significativa.

Relativamente às motivações que levam os leitores a adquirir este jornal, Pedro Martins aponta dois motivos. O primeiro prende-se com o facto de o jornal escrever sobre desporto e, em muitos casos, para desportistas, nomeadamente aqueles que vêm refletidos nas páginas do jornal. Por outro lado, entende o entrevistado, que a *Tribuna Desportiva* é “um valor acrescentado para a região. Há uma estratégia que nos leva a colocar pessoas menos visíveis em algumas situações de destaque.” Sousa (2002) recorda-nos que cada comunidade tem referentes específicos, o que faz com que o ato de comunicar adote determinadas características próprias das suas comunidades, como é o caso da comunidade da *Tribuna Desportiva*, que tem o desporto como referencial principal.

A ideia anterior é reforçada quando Pedro Martins define o público-alvo deste jornal. No seu entender, a equipa que dirige “[e]screve para os pais dos jovens. O alvo são os desportistas da região, é o associativismo e o desporto regional.” Em termos numéricos, o diretor acredita que “este jornal tem uma referência entre os 15 e 40 e poucos anos” e lembra que “Castelo Branco é o distrito onde as pessoas leem mais jornais, sendo certo que não é onde se vende mais jornais. No distrito há um hábito, em que cada café tem um jornal e isso é prejudicial porque um exemplar é lido por 50 ou 100 pessoas. Por isso se diz que a escala de venda de jornais é de um para dez.” Por se tratar de um jornal de cariz regional, a *Tribuna Desportiva* acaba por não encaixar no perfil que a ERC traça do leitor típico de imprensa regional, que é constituído maioritariamente por “[r]eformados, pensionistas e desempregados” (2010: 234).

Pedro Martins entende que o jornal que dirige é mais lido por homens do que mulheres mas ressalva que essa predominância é muito menos evidente nas redes sociais daquele jornal, onde “se calhar, é 50-50... talvez sejam as namoradas dos jogadores ou as mães dos miúdos”, sugere.

E se no *género* são os homens que lideram, no que se refere à *idade* são os jovens que assumem maior preponderância, pois “a maioria dos leitores anda na faixa entre os 15 e os 40 e tal anos.” Para Pedro Martins, uma das estratégias de sucesso da *Tribuna Desportiva* passa por “levar a que o jovem, um amigo ou um familiar apareça no jornal e não tenho dúvidas de que isso funciona.” Uma vez mais, os registos apontados pelo entrevistado contrariam a tipologia apontada pela ERC (2010) mas também por Duarte (2005), que entendem que a média etária dos leitores da imprensa regional tende a ser cada vez mais elevada.

Relativamente à existência de assinantes que estejam emigrados em países lusófonos, o diretor confirmou que existem alguns assinantes oriundos de países onde a comunidade lusa é significativa, nomeadamente “França Suíça, Inglaterra, Angola, EUA, Moçambique, Brasil”. Santos (2008) e Duarte (2005) são dois dos autores que alertam para a importância dos *media* regionais relativamente à comunidade emigrante, uma vez que esta continua, em muitos casos, a ter fortes ligações afetivas à sua região de origem, sendo estes órgãos fulcrais para estreitar os laços de pertença a uma comunidade geograficamente distante.

Em termos de interatividade com os leitores, o diretor da *Tribuna Desportiva* dá destaque à página de Facebook do jornal, através da qual troca impressões com alguns leitores. A posição do jornalista vai de encontro à ideia de Silva, que cita Wolton para salientar que o aparecimento da

Internet mudou radicalmente “a relação entre públicos e mediadores do espaço público” (2006: 11-12).

Relativamente ao número de elementos que regularmente colaboram com este jornal, Pedro Martins garante que existem três a tempo inteiro, dois na zona de Castelo Branco e um na Covilhã, sendo a informação reforçada com a ajuda do próprio diretor que também faz trabalho de jornalista. O entrevistado lembra, a este respeito, que a *Tribuna Desportiva* já chegou a ter sete jornalistas “no tempo das ‘vacas gordas’” mas assume que “nesta altura o jornal luta pela sobrevivência e tem que se manter com o que vai dando”.

Quando questionado sobre a necessidade de os colaboradores do jornal que dirige terem carteira profissional de jornalista, Pedro Martins considerou que a maior parte terá o título mas assume que “não têm que ter, necessariamente.” Manuel (2008) e Rodrigues (2008) alertam para este problema, considerando que a não obrigatoriedade de possuir carteira profissional leva a que os conteúdos sejam, muitas vezes, inferiores aos nacionais, onde o profissionalismo é superior.

O entrevistado assegura, por outro lado, que a relação dos jornalistas da *Tribuna Desportiva* com as suas fontes é muito boa, mas dá a conhecer “algumas guerrinhas” que vai conseguindo resolver, ao ponto de afirmar que este é um jornal imune a pressões exteriores. Em todo o caso, o diretor reconhece que o tecido empresarial local é escasso e destaca a importância da publicidade institucional no equilíbrio das contas do jornal. Noutro ponto, assume que já foi alvo de um processo judicial, mas adianta que o assunto foi resolvido com um acordo amigável mesmo antes de o processo chegar ao fim. A este respeito, a ERC (2010) defende que o acesso às fontes de informação e respetiva independência perante os poderes locais merece uma intervenção por parte do poder central.

Relativamente ao tipo de anunciantes que aderem à *Tribuna Desportiva*, o seu diretor diz-nos que esta se divide entre publicidade comercial, nomeadamente “[e]mpresas regionais, associações, notariados, associações desportivas, câmaras [municipais], juntas [de freguesia]”, e publicidade institucional “que vem do tribunal”. Sousa (2002) alerta para o mercado publicitário limitado que pode condicionar a sobrevivência de muitos meios, uma vez que Portugal não é um país com hábitos de leitura suficientemente enraizados.

Como forma de cativar novos assinantes, a *Tribuna Desportiva* tem apostado em manter os preços da tabela de publicidade inalterados ao invés de os subir, como ocorre noutros meios.

Pedro Martins mostra-se, neste aspeto, disponível para uma negociação caso a caso, sublinhando que “os valores são feitos em função do cliente.”

A publicidade é, aliás, uma das principais formas de sustentabilidade deste jornal, ao qual o diretor acrescenta também o valor que reverte da venda de jornais. Já a verba referente aos assinantes “conta pouco” para o valor global.

Quando questionado sobre a inovação tecnológica e a atualização dos conteúdos colocados à disposição dos leitores, o entrevistado sublinha que a *Tribuna Desportiva* está no topo deste patamar: “[S]omos o único jornal do distrito de Castelo Branco que está num quiosque digital [recortes.pt]. (...) Recentemente, o jornal mudou de formato, de imagem e de tipo de papel, mudanças relacionadas com a diminuição de custos e rentabilização.” A *Tribuna Desportiva* parece, assim, levar em linha de conta as opiniões de autores como Santos (2008), Duarte (2005) ou ERC (2010), que defendem que a sobrevivência destes pequenos meios dependem da maneira como eles se adaptarem as novas tecnologias no seu quotidiano.

Pedro Martins dá também conta das diferenças do que é hoje a redação do jornal que dirige, comparativamente com o que era há vários anos: “É chegar a uma redação que antigamente estava cheia e agora não. Recebo e-mails de minuto a minuto mas o telefone não toca... Todos os colaboradores trabalham a partir de casa. Antigamente, na noite de domingo para segunda, tínhamos sempre a redação cheia e agora não há cá ninguém.”

O entrevistado relembra que o jornal encontra-se disponível em formato digital desde o primeiro dia do ano de 2011, uma medida que, no entender do diretor, se justificava: “tivemos a necessidade de fazer chegar a informação aos leitores dessa forma porque nota-se nos quiosques uma quebra enorme nas vendas de jornais.” Uma vez mais, a *Tribuna Desportiva* parece estar a trilhar o caminho preconizado por vários autores, nomeadamente a ERC (2010) que aponta a estratégia multimeio como um dos planos a seguir pela imprensa regional nos anos que se seguem.

Relativamente aos desafios que se colocam hoje em dia ao jornalismo digital, o diretor admite acreditar “que o papel dentro de alguns anos vá embora de vez” e dá inclusivamente o exemplo do *Diário da República* como um elemento onde o papel deu lugar ao digital.

Quando questionado sobre a viabilidade do jornalismo *online* enquanto modelo de negócio, Pedro Martins esquiva-se à questão, optando por opinar que “se existir crescimento económico há

um acentuado crescimento publicitário”. Mais adianta que, depois da recessão que o país tem atravessado, “provavelmente não-de chegar anos melhores.”

O entrevistado destaca a aceitação dos leitores do formato digital disponibilizado pela *Tribuna Desportiva* e, apesar de não conseguir quantificar o número de visualizações *online* por edição, adianta que tudo aquilo que o jornal disponibiliza e não tem custos (*Facebook* do jornal e primeira página) é visualizado semanalmente por milhares de leitores. O público está hoje muito mais ativo na procura de informação e Silva sublinha isso mesmo ao salientar que “as possibilidades abertas pelas novas redes de comunicação electrónicas remetem para uma lógica da procura”, uma vez que a Internet permite ao cidadão “agir, sem intermediário, quando quiser, sem filtro nem hierarquia e, o que é mais importante, em tempo real.” (2006: 11-12).

Relativamente à presença de assinantes oriundos do estrangeiro, Pedro Martins confirma a existência dessas pessoas que, no seu entender, “estiveram ligadas ao desporto da região e entretanto foram para o estrangeiro e esta é uma forma de manter a ligação.” A opinião do diretor do semanário é partilhada pela ERC (2010), que aponta a lei da proximidade como uma das grandes armas dos meios locais.

No que se refere à inexistência de um domínio próprio para a disponibilização do jornal em formato *online*, o diretor prefere destacar as mais-valias da atual solução: “Temos uma empresa que se preocupa com a divulgação do jornal e com a cobrança das assinaturas e a *Tribuna* evita questões administrativas... com o benefício de ter mais visibilidade por estar numa plataforma onde constam mais jornais.”

Questionado sobre a possibilidade de o jornal regional desportivo transitar do formato em papel exclusivamente para o digital, o entrevistado assume que preferia manter os dois, como tem atualmente. Ainda assim, admite rever a sua posição: “os custos e despesas podem alterar a minha maneira de pensar.”

Convidado a fazer um balanço dos dezanove anos de existência do jornal, Pedro Martins destaca os altos e baixos da atividade, sublinhando todavia o “milagre” que tem sido “sobrevivermos todos estes anos”. O diretor da *Tribuna Desportiva* faz referência à fase de crescimento que ocorreu entre 1998 e 2004, à qual se seguiu uma mudança radical do panorama jornalístico local. Segundo o entrevistado, a explicação está na redução dos clubes de futebol do distrito: “Sendo nós um jornal temático, perdemos com o desaparecimento desses clubes”. Como forma de amenizar as perdas, revela que optou por seguir de forma mais aprofundada os escalões

de formação para “obrigar os pais a comprar a *Tribuna*.” O futebol é a principal modalidade em Portugal, como sublinham Macedo (2008) e Viseu (2006), pelo que o desaparecimento drástico de equipas conduz a um desinteresse generalizado das populações que deixaram de ver a equipa da terra aparecer no jornal desportivo do distrito.

Relativamente à forma como a atual crise tem afetado o quotidiano da *Tribuna Desportiva*, Pedro Martins dá enfoque a dois pontos: o final do porte pago e a alteração da lei ao nível dos anúncios obrigatórios. Em relação ao primeiro, o entrevistado critica a postura estatal ao referir que “[a]ntigamente enviavam-se pelo correio mil jornais, o que facilitava a vida a quem queria assinar o jornal, mas o Estado decidiu acabar com esse apoio.” Já no que se refere à publicação de anúncios obrigatórios, o diretor aponta as diferenças entre o que acontecia há uma década e agora: “O fecho de uma firma obrigava a empresa a fazer uma publicação publicitária para informar a população. Isso acabou tudo.” A opinião do diretor da *Tribuna Desportiva* é completamente oposta à de autores como Santos (2008) e Duarte (2005) que defendem o final daquele incentivo estatal, por considerarem que o mesmo originava a sobrevivência de jornais sem capacidade para informar devidamente o seu público.

No que se refere à importância da *Tribuna Desportiva* na vida sociocultural dos seus leitores, o entrevistado exalta o jornal que dirige e sublinha que é importante, não só para os leitores como para toda a região. No entender do diretor deste jornal, a *Tribuna Desportiva* “trouxe outra notoriedade ao desporto regional e ajudou a colocar alguns valores de âmbito regional num patamar mais elevado.” Azeredo Lopes, antigo presidente da ERC, lembra, a este respeito, que a imprensa regional é fundamental na dinamização do conceito de cidadania, ao passo que Alexandre Manuel destaca que os *media* regionais contribuem para “a integração, socialização e aculturação dos membros da comunidade.” (Camponez *apud* Manuel, 2008: 7).

Pedro Martins não tem dúvidas em afirmar que o jornal que dirige ajuda a fomentar um sentimento de pertença à comunidade regional, sublinhando todavia um fator que considera de superior importância: “Hoje em dia mantemos os hábitos de leitura de pessoas que, se não fosse este jornal, tinham deixado de ler.” Isso mesmo é confirmado por Correia (1998), para quem jornais como a *Tribuna Desportiva* continuam a ser elementos comunicacionais fundamentais para inúmeras famílias da sua área de abrangência.

Finalmente, quando questionado sobre as consequências de um possível desaparecimento da *Tribuna Desportiva*, o diretor revela que seria o mesmo que recuar duas décadas em termos

jornalísticos na região: “É voltar a 1994, numa altura em que não havia ninguém que falasse deles [clubes e desportistas do distrito]... Sinceramente acho que era uma machadada no desporto do distrito se a *Tribuna* desaparecesse.”

7.2- ANÁLISE DA ENTREVISTA AOS COLABORADORES

Da análise das entrevistas realizadas aos colaboradores do jornal *Tribuna Desportiva*, emergiram categorias e subcategorias que permitiram o agrupamento de toda a informação fornecida pelos entrevistados. As categorias e respetivas subcategorias encontram-se descritas no seguinte quadro:

Quadro nº29: Síntese das Categorias e Subcategorias das Entrevistas aos Colaboradores da *Tribuna Desportiva*

CATEGORIA	SUBCATEGORIA
Caracterização dos sujeitos	Sexo Masculino
	Idade: 30-40anos
	Idade: mais de 60 anos
	Naturalidade: Castelo Branco
	Naturalidade: Covilhã
	Naturalidade: Angra do Heroísmo
Habilitações profissionais	Ensino secundário
	Ensino superior noutra área
Período de colaboração com a <i>Tribuna Desportiva</i>	Há mais de 1 ano
	Há mais de 5 anos
	Há mais de 10 anos
Conhecimento da existência do jornal	Foi desportista na região
	Conhece-o desde sempre
	Conhece o diretor
Período profissional na área do jornalismo	Não se considera jornalista
	Há mais de um ano
	Há mais de 20 anos
Cargo que ocupa na <i>Tribuna Desportiva</i>	Paginador
	Colaborador
	Contabilista
Primeira experiência como jornalista	<i>Tribuna Desportiva</i>
	Jornais nacionais e/ou regionais
Satisfação face à remuneração	Insatisfeito
	Não sabe
Carteira profissional	Tem carteira profissional

	Não tem carteira profissional
Ambições futuras	Tem outros projetos além da <i>Tribuna Desportiva</i>
Importância atribuída à carteira profissional	Importante
Interesses desportivos	Futebol
Género de artigos que escreve na <i>Tribuna Desportiva</i>	Todo o tipo de artigos Cronicas de jogos
Como retrata a <i>Tribuna Desportiva</i> a realidade	Bem
Cobertura dada aos eventos	Insuficiente
	Suficiente
Inovação tecnológica e atualização de conteúdos	Edição <i>online</i>
	Alterações no grafismo
Mais-valias da <i>Tribuna Desportiva</i> em relação a outras publicações	Visibilidade
	Conteúdo abrangente
	Abrangência geográfica
Género de escrita dos artigos da <i>Tribuna Desportiva</i>	Imparcial
	Parcial
	Proximidade / Acessibilidade
Emissão de opinião em jornalismo desportivo	Sim, mas construtivas
	Pode afetar as vendas
Transcendência do âmbito desportivo	Transcende o âmbito desportivo
	É essencialmente desportivo
Relação entre colaborador e fontes	Relação informal e de proximidade
	Fácil acesso à informação
	Condiciona a liberdade
	Não condiciona a liberdade
Condicionantes à realização do trabalho	Monetárias
	Nunca teve
	Conhecer os intervenientes
A <i>Tribuna Desportiva</i> está imune a pressões	Procura estar
	É um jornal isento e honesto
	Há sempre pressões externas
Alvo de processos judiciais	Nunca
	Sim, como testemunha
Importância na vida sociocultural do leitor	Informação abrangente
	Aproxima locais distantes do concelho
	Fala sobre conhecidos e familiares
	Desporto amador como forma de convívio
Sentimento de pertença a uma comunidade	Relação entre o futebol e a venda de jornais
	Leitor sente-se valorizado
	Jornal é parte da família
Viabilidade futura do jornal	Partilha de jornais
	Manutenção sim, crescimento não
Consequências do desaparecimento da	Incerteza para o futuro
	Perda sentimental

<i>Tribuna Desportiva</i>	Perda de visibilidade desportiva
	Empobrecimento regional
	Perda de um ícone de memórias

Esta ordenação na apresentação das categorias não é aleatória. Para a elaboração da sua disposição, tivemos em consideração o significado e o valor de cada uma delas, bem como a dinâmica de trabalho que quisemos seguir. No Apêndice II pode-se consultar a transcrição integral das entrevistas. Segue-se uma análise pormenorizada de cada uma das categorias, interpretando e discutindo os resultados, utilizando como pilar a fundamentação teórica realizada.

Apresenta-se uma caracterização geral dos entrevistados, como elucida o Quadro nº 30.

Quadro nº30: Caracterização Geral dos Colaboradores

Subcategoria	CA	CB	CC
Sexo Masculino	•	•	•
30-40 anos	•		•
Mais de 60 anos		•	
Natural da Covilhã	•		
Natural dos Açores			•
Natural de Castelo Branco		•	

Relativamente às habilitações profissionais dos colaboradores, aferiu-se o seguinte:

Quadro nº31: Habilitações Profissionais dos Colaboradores

Subcategoria	CA	CB	CC
Ensino secundário	•		
Ensino superior noutra área		•	•

Importa acrescentar que o Colaborador A (CA) fez “um estágio na União dos Sindicatos, na Covilhã”, que o Colaborador B (CB) é “licenciado pela faculdade de Direito de Lisboa” e começou “no jornalismo numa rádio regional há quase 30 anos” tendo já trabalhado em “rádios, jornais e até televisão”. Quanto ao Colaborador C (CC) é “licenciado em contabilidade e gestão financeira”. Os dados recolhidos vão ao encontro do que diz a ERC (2010), que indica que a maioria das empresas de comunicação regionais em Portugal apresenta apenas entre 1 a 3

trabalhadores, indicador que demonstra a falta de profissionalismo que ainda vigora em grande parte do setor que constituem os *media* regionais.

Relativamente ao tempo de colaboração dos entrevistados com a *Tribuna Desportiva*, obtiveram-se os seguintes resultados:

Quadro nº32: Tempo de Colaboração na *Tribuna Desportiva*

Subcategorias	CA	CB	CC
Há mais de 1 ano			•
Há mais de 5 anos		•	
Há mais de 10 anos	•		

Em relação à forma como cada colaborador teve conhecimento da existência da *Tribuna Desportiva*, os resultados são os seguintes:

Quadro nº33: Conhecimento da *Tribuna Desportiva*

Subcategorias	CA	CB	CC
Foi desportista na região	•		•
Conhece-o desde sempre	•	•	
Conhece o diretor		•	

O CA acrescenta ainda que “quando era mais novo praticava futebol e [a *Tribuna Desportiva*] era o único [jornal] onde se podia ver o nosso nome”, ao passo que o CC sublinha que “eu joguei futebol cá no distrito e este jornal é conhecido dentro do balneário e faz parte do dia-a-dia dos jogadores”. Para estes dois colaboradores, o desporto, em geral, e o futebol, em particular, é encarado como um elemento identitário de pertença a uma comunidade, algo que também é mencionado por Carlos Daniel, citado por Anabela Semanas Macedo, quando refere que o futebol “funciona como elemento identitário, congregando sentimentos e motivos de orgulho partilhados.” (Macedo, 2008: 37). A este respeito, Almeida (2008) opta por destacar a popularidade do futebol para o catapultar para um patamar onde é visto como um fenómeno social transversal a todos os indivíduos.

Relativamente ao número de anos em que cada colaborador já trabalha enquanto jornalista, obtiveram-se os seguintes indicadores:

Quadro nº34: Anos de Jornalismo na *Tribuna Desportiva*

Subcategorias	CA	CB	CC
Não se considera jornalista	•		
Há mais de um ano			•
Há mais de 20 anos		•	

Em relação ao cargo que cada entrevistado ocupa no jornal *Tribuna Desportiva*, eis os resultados:

Quadro nº35: Cargo que ocupa na *Tribuna Desportiva*

Subcategorias	CA	CB	CC
Paginador	•		
Colaborador		•	
Contabilista			•

O CA refere também que, além da função de paginador, costuma também “fazer reportagens, fazer entrevistas”, ao passo que o CC sublinha que “já cheguei a fazer reportagens” e que “o diretor recorre a mim quando precisa”. Estes dados comprovam a ideia defendida por Sofia Santos (2008) e pela ERC (2010), segundo a qual existem em Portugal diversas empresas jornalísticas de âmbito regional que apresentam um quadro de trabalhadores com uma clara acumulação de cargos. No estudo desenvolvido pela Entidade Reguladora, 18% dos inquiridos admitiu desempenhar mais de uma função no jornal e mais de metade da amostra garante que exerce adicionalmente funções fora da respetiva publicação.

Relativamente à experiência profissional dos inquiridos, obtiveram-se as seguintes respostas:

Quadro nº36: Experiência Profissional

Subcategorias	CA	CB	CC
<i>Tribuna Desportiva</i>	•		
Jornais nacionais e/ou regionais		•	
Associações desportivas			•

Neste parâmetro, o CA explica que a experiência como jornalista na *Tribuna Desportiva* foi “[a] primeira e a única até agora”, enquanto o CB conta que “já trabalhei em vários jornais, inclusivamente nacionais, revistas internacionais”. Por fim, o CC explica que já esteve

responsável pela “manutenção do *site* de um clube” onde “também fazia reportagens de jogo”. Esta ambiguidade de atividades está, em muitos casos, associada à fragilidade do setor dos *media* regionais e ao voluntarismo deste tipo de meios, como fazem referência Feliciano Barreiras Duarte (2005) ou Alexandre Manuel (2008).

Relativamente à satisfação dos colaboradores face à remuneração que auferem no jornal *Tribuna Desportiva*, os resultados foram os seguintes:

Quadro nº37: Satisfação Face à Remuneração Auferida

Subcategorias	CA	CB	CC
Insatisfeito	•	•	
Não sabe			•

A propósito desta questão, o CA sublinhou que a sua colaboração “é muito mal remunerada”, mas referiu também que “não posso exigir muito porque não tenho carteira profissional”. O CB concorda que “o trabalho não é bem pago, longe disso”, enquanto o CC opta por explicar que “[p]ela parte do jornalismo, não sei se é justo ou se não é” mas refere que “já aconteceu ele [diretor] estar financeiramente mais apertado e nem lhe levar nada”. A posição de Feliciano Barreiras Duarte (2005) vai ao encontro das opiniões dos colaboradores ao referir que os *media* regionais não têm investido o suficiente na situação laboral dos seus colaboradores, posição na qual é secundado por Alexandre Manuel, que sustenta que os vencimentos destes meios são muito baixos e, em alguns casos, meramente simbólicos ou até inexistentes, o que leva a que muitas das publicações recorram ao trabalho voluntário.

No que diz respeito à posse de carteira profissional de jornalista por parte dos entrevistados, obtiveram-se os seguintes resultados:

Quadro nº38: Posse de Carteira Profissional de Jornalista

Subcategorias	CA	CB	CC
Não tem carteira profissional	•		•
Tem carteira profissional		•	

O facto de apenas um dos três colaboradores deter o título profissional vai ao encontro das posições da ERC (2010) e de Duarte (2005), por exemplo, que defendem uma maior

profissionalização do setor para que os projetos jornalísticos de âmbito local se tornem mais eficazes e concorrenciais.

Em relação às ambições futuras dos colaboradores da *Tribuna Desportiva*, os resultados foram os seguintes:

Quadro nº39: Ambições Futuras dos Colaboradores da *Tribuna Desportiva*

Subcategorias	CA	CB	CC
Tem outros projetos	•	•	•

A respeito deste ponto, o CA adianta que “[j]á tive oportunidade de procurar outras coisas” mas salienta que “acabei por regressar” porque “não estou neste jornal pela questão monetária” ao passo que o CB, diz, sem rodeios, que “[a] *Tribuna* é apenas um dos meus projetos... tenho varias áreas desde a cultura, à sociedade, à economia”. Também o CC refere que “eu não tenho apenas a contabilidade do jornal, trato também de outros empresários”. Como já foi referido anteriormente, este ponto vem credibilizar as opiniões de autores como Duarte (2005), Santos (2008) ou ERC (2010), que defendem que a erradicação do amadorismo vigente no meio é fundamental para um futuro sustentável e competitivo.

Relativamente à importância atribuída à carteira profissional, foram apuradas as seguintes respostas:

Quadro nº40: Importância Atribuída à Carteira Profissional

Subcategorias	CA	CB	CC
Importante	•	•	•

Todos os colaboradores consideram imprescindível que se deva ter carteira profissional, ainda que, na prática, só um a tenha. O CA salienta que “há pessoas que estudam para isso e devem ser as primeiras colocadas” mas sublinha que o trabalho sem carteira profissional “aqui é uma necessidade para que o jornal possa estar de pé.” Por sua vez, o CB lamenta a decisão de algumas pessoas que “têm as suas profissões e começam a escrever para jornais sem estarem habilitados para tal”, situação que considera que “prejudica quem é profissional” e que, forçosamente, “terá que acabar.” Finalmente, o CC refere que a carteira profissional é importante “para melhorar a qualidade do próprio jornal” pelo que “deveria ser imprescindível.” Luís Sobral

e Pedro Magalhães alertam para importância de todos os jornalistas deterem um título profissional, pois “[o] estatuto de amador ou apenas curioso não desculpa erros ou faltas mais ou menos graves. O leitor ou o visado por uma informação incorreta não tem obrigação de conhecer a situação laboral de quem escreve.” (1999:25).

No que se refere aos principais interesses desportivos dos colaboradores, as entrevistas registaram as seguintes respostas:

Quadro nº41: Principais Interesses Desportivos dos Colaboradores

Subcategorias	CA	CB	CC
Futebol	•	•	•

Todos os colaboradores mencionaram, sem exceção, o futebol como sendo o seu interesse desportivo principal, opinião que vai ao encontro de posições como a de Anabela Semanas Macedo, que refere que “[o]s portugueses têm carinho por modalidades como o atletismo, o andebol e o hóquei em patins, mas não reagem como com o futebol.” (2008: 64).

Relativamente ao género de artigos que os colaboradores escrevem na *Tribuna Desportiva*, os resultados são:

Quadro nº42: Género de Artigos que os Colaboradores Publicam

Subcategorias	CA	CB	CC
Todo o tipo de artigos		•	•
Crónicas de jogos	•		

A este respeito, o CC especifica os artigos a que se refere, destacando “quatro artigos de opinião, reportagens de jogos, declarações dos treinadores e jogadores no final do encontro”. Curiosamente, as quatro especificidades apontadas por aquele colaborador dizem respeito, todas elas, a eventos futebolísticos, o que vem credibilizar a posição de Macedo (2008), que exalta o papel do futebol como modalidade dominante no panorama desportivo nacional.

Relativamente à maneira como a *Tribuna Desportiva* retrata a realidade desportiva do distrito, os colaboradores do jornal foram unânimes na resposta:

Quadro nº43: Maneira como a *Tribuna Desportiva* retrata o Distrito

Subcategorias	CA	CB	CC
Retrata bem	•	•	•

Nesta resposta, o CA lembra que “centenas e centenas de atletas nunca teriam visibilidade”, pelo que este jornal “tem um papel muito importante, sobretudo nas camadas mais jovens e nas modalidades menos divulgadas.” Já o CB opta por salientar que este semanário “[é] o melhor jornal a nível desportivo no distrito” porque “vai ao encontro de todas as modalidades”. Por sua vez, o CC opina que o jornal “faz um bom trabalho” e “tem a vantagem de se poder vender na Covilhã, como em Castelo Branco, ou qualquer outra parte do distrito”. Para a resposta unânime dos três elementos, muito contribui a relação de proximidade deste jornal com os seus leitores, um elemento que é destacado por autores como Cicília Peruzzo ou Sofia Santos, entre outros. Peruzzo sublinha que este tipo de jornalismo “tem a possibilidade de mostrar melhor do que qualquer outro a vida em determinadas regiões, municípios, cidades, vilas, bairros, zonas rurais etc.” (2005: 7), ao passo que Santos (2008) destaca o intimismo com que estes *media* retratam o quotidiano de pequenas localidades ou regiões.

Em relação à cobertura que é dada aos eventos desportivos que ocorrem na área de abrangência do jornal, os resultados são os seguintes:

Quadro nº44: Cobertura dada aos Eventos Desportivos

Subcategorias	CA	CB	CC
Insuficiente	•		•
Suficiente		•	

Neste ponto, o CB defende que a cobertura é suficiente, mas lembra que “nada se faz sem dinheiro” e que “seria benéfico se houvesse mais apoios e patrocínios.” Ao invés, o CA assume que “[o]s meios não são os ideais” e que “por vezes o nosso melhor não é suficiente”, ao passo que o CC destaca que “seria impossível acompanhar tudo. Poderia haver mais um ou outro elemento” mas ele [diretor] não paga muito, não há muitas pessoas com carteira na região.” A falta de apoios mencionada pelos entrevistados corrobora a posição de autores como a ERC ou Duarte (2005), que apontam a escassez de apoios como uma das principais limitações destes

jornais de âmbito regional. A ERC apelida mesmo a publicidade comercial de “principal fonte de financiamento da imprensa regional e local” (2010: 107), sendo que Duarte vê na dificuldade de angariação de publicidade o maior problema dos *media* regionais, ao qual se juntam também as limitações ao nível da distribuição, a falta de recursos humanos e o excesso de concorrência, o que não é o caso.

Relativamente aos processos de inovação tecnológica e atualização de conteúdos, obtiveram-se os seguintes resultados:

Quadro nº45: Processos de Inovação Tecnológica e Atualização de Conteúdos

Subcategorias	CA	CB	CC
Alterações no Grafismo		•	•
Edição Online	•		

Neste parâmetro o CA acrescenta que “[f]omos o primeiro jornal da região a ter disponível uma edição *online*”, enquanto o CB considera que a *Tribuna Desportiva* “deu um grande salto qualitativo, não só no aspeto gráfico como em termos tecnológicos e de formato.” Por sua vez, o CC faz menção a “uma alteração no seu formato e no tipo de papel bem conseguida”. Neste ponto, curiosamente, os inquiridos contrapõem a posição de diversos autores, que consideram que os *media* regionais são, ainda hoje, meios muito antiquados na sua génese e pouco recetivos à mudança e à atualização tecnológica. Camponez (2002), por exemplo, opina que a industrialização da imprensa em Portugal passou ao lado da imprensa regional, posição parcialmente corroborada pela ERC (2010) que lembra que, em 2009, quase metade (41%) dos jornais regionais e locais em Portugal não possuía edição eletrónica.

No que diz respeito às mais-valias da *Tribuna Desportiva* em relação a outras publicações, obtiveram-se os seguintes dados:

Quadro nº46: Mais-valias da *Tribuna Desportiva*

Subcategorias	CA	CB	CC
Visibilidade	•		
Conteúdo abrangente		•	
Abrangência geográfica			•

Neste ponto, o CA destaca “a valorização dos jovens”, porque “ninguém dá a cobertura que nós damos à formação”. Por sua vez, o CB sublinha que o tratamento dado pelo “jornal nacional nada tem a ver com o que é publicado a nível local. Um jornal nacional pede-me um pequeno resumo, a *Tribuna Desportiva* dedica meia página ao jogo”. Finalmente, o CC faz um paralelismo entre o jornal nacional *Record*, que “não acompanha os jogos todos”, com a *Tribuna Desportiva* que “faz a mesma coisa mas a um nível mais pequeno”. Nesta subcategoria, e dada a variedade das respostas, destacamos dois aspetos: em primeiro lugar, importa exaltar a humanização que os meios locais procuram dar à sua comunidade e que Viviane Freitas (2006) reitera quando diz que o jornalismo comunitário surge como a alternativa para combater os grandes veículos de comunicação, onde os jornalistas têm vindo a perder a capacidade de ver o mundo. Por outro lado, importa também destacar as diferentes tematizações destes meios, em muitos casos bem diferentes das que podemos ver nos meios de âmbito local e internacional. Segundo Duarte, os *media* locais dão destaque a assuntos e temas que a informação de âmbito nacional não privilegia e “atinge extractos sócio-económicos esquecidos pela comunicação social nacional.” (2005: 110).

No que se refere ao género de escrita dos artigos que são publicados na *Tribuna Desportiva*, as respostas foram as seguintes:

Quadro nº47: Género de Escrita da *Tribuna Desportiva*

Subcategorias	CA	CB	CC
Imparcial	•		
Parcial			•
Proximidade		•	

Nesta subcategoria, o CA acrescenta que “tentamos ser isentos e relatar aquilo que se passa”, mas realça que esse aspeto pode trazer problemas ao jornal, “porque as pessoas nem sempre gostam do que leem.” Ao invés, o CC assume que “[p]oderá haver um ou outro artigo que aparente ser um pouco tendencioso” e revela que “quando vou acompanhar um jogo entre uma equipa do distrito e outra doutro distrito é mais fácil tomar partido.” Finalmente, o CB define a *Tribuna Desportiva* como “um jornal de proximidade, com uma linguagem bastante acessível e muito popular, um jornal virado para o povo porque o desporto faz-se para o povo. Faz parte da sua identidade, das suas raízes.” Também aqui assistimos a uma disparidade de respostas, pelo que optamos por destacar a subjetividade do discurso jornalístico no que se refere ao âmbito

desportivo. “A análise de uma partida de futebol ou de qualquer outro desporto é uma tarefa subjectiva.” (Sobral e Magalhães, 1999:47). O jornalismo desportivo mexe, como nenhum outro, com os gostos pessoais de cada leitor pelo que é extremamente difícil, se não impossível, o jornalista escrever algo que seja unanimemente reconhecido como válido e verdadeiro por toda a comunidade, uma vez que “o adepto do clube que perde raramente está disposto a reconhecer os méritos do adversário ou a análise crítica de quem conta o que viu.” (Sobral e Magalhães, 1999:47).

No que se refere à emissão de opiniões no jornalismo desportivo, os colaboradores responderam da seguinte maneira:

Quadro nº48: Emissão de Opiniões no Jornalismo Desportivo

Subcategorias	CA	CB	CC
Sim, mas construtivas	•	•	
Pode afetar as vendas			•

O CA considera, nesta questão, que o jornalista “[n]ão se pode limitar a descrever os factos, deve opinar sem fazer um julgamento”, ao passo que o CB entende que “[a] opinião é sempre importante, desde que seja feita de forma construtiva.” Por sua vez, o CC prefere dizer que “percebo porque é que se emitem essas opiniões”, adiantando mesmo que a forma como um texto está redigido “pode inclusivamente refletir-se ao nível de vendas de exemplares de jornais.” De certa forma, as considerações do CA e do CB entroncam com o pensamento de Sobral e Magalhães, para quem “[r]elatar os factos é insuficiente. O leitor exige cada vez mais. É necessário interpretar com isenção, explicar por que motivo os factos acontecem.” (1999:36).

No que diz respeito à transcendência do âmbito desportivo do jornal em causa, apuraram-se os seguintes resultados:

Quadro nº49: Emissão de Opiniões no Jornalismo Desportivo

Subcategorias	CA	CB	CC
Transcende o âmbito desportivo		•	•
É essencialmente desportivo	•		

Sobre este ponto, o CC adianta que a *Tribuna Desportiva* “está a tentar puxar novos públicos” e lembra que “há pouco tempo decidiu colocar duas páginas generalistas no jornal”, pormenor que o CB também recorda: o jornal “criou um espaço de duas páginas no jornal dedicado às autarquias porque temos de pensar que estamos a poucos meses de eleições para o poder local.” Pelo contrário, o CA adianta que “a nossa ambição é ser essencialmente um jornal desportivo.” É de destacar a vontade do jornal querer diversificar ligeiramente a sua informação, de forma a cativar novos públicos. Todavia, a *Tribuna Desportiva* continua a ser um jornal segmentado, o que é importante na medida em que cria “uma identidade com os leitores” e serve “de objeto de união por parte dos grupos ou tribos formados em relação a alguma prática ou assunto.” (Maciel, 2006: 7).

Relativamente à relação entre o jornalista e as suas fontes, os resultados são os seguintes:

Quadro nº50: Relação entre Jornalista e Fontes

Subcategorias	CA	CB	CC
Relação de Proximidade	•		
Fácil acesso à informação		•	•
Condiciona a liberdade jornalística	•		•
Não condiciona a liberdade jornalística		•	

Sobre este assunto, o CA adianta que a relação entre jornalistas e fontes “funciona de forma diferente” e que “o acesso às fontes é feito de uma forma quase informal.” Por outro lado, o CB destaca o facto de as fontes serem “bastante vastas”, motivo pelo qual “não tenho grandes dificuldades em obter uma determinada informação.” Finalmente, o CC recorda que “joguei no distrito durante alguns anos, isso permite-me saber de coisas que outros não sabem porque tenho muitos contactos neste meio.” Autores como Sobral e Magalhães (1999) ou a ERC (2010) mencionam a informalidade da relação entre os jornalistas locais e as suas fontes, salientando todavia, que o fácil acesso às mesmas traz vantagens e desvantagens.

E, de facto, no que se refere ao condicionamento de um jornalista local, apenas o CB entende que a proximidade “[n]ão condiciona liberdade nenhuma.” Para este colaborador, tudo depende da “sensibilidade e maturidade para saber o que deve e não deve escrever.” Ao invés, o CA entende que a proximidade “pode ser uma forma de condicionamento.” O CC assume mesmo que “não gosto de fazer a avaliação de jogadores com quem o ano passado joguei ou que são

meus amigos.” Sobral e Magalhães abordam este dilema, que o jornalista tem de conseguir solucionar de forma moral mas também com profissionalismo e bom senso: “A escolha é muitas vezes inevitável: informar ou proteger o amigo? Do outro lado da equação está o leitor, que deseja saber.” (Sobral e Magalhães, 1999:24-25).

No que se refere às condicionantes do seu trabalho, os jornalistas inquiridos deram as seguintes respostas:

Quadro nº51: Condicionantes ao Trabalho de Jornalista

Subcategorias	CA	CB	CC
Nunca teve	•	•	
Conhecer os intervenientes			•

A respeito desta questão, o CA acrescenta que “[n]unca senti que a *Tribuna* tivesse que publicar algo para fazer um favor a alguém”, ao passo que o CB refere que “nunca tive um «lápiz azul» na minha vida e no dia em que o tiver simplesmente deixo de escrever.” Todavia, o CC admite que “só por uma vez acompanhei um jogo de futebol sénior. Como conhecia bem muitos dos intervenientes do jogo, procurei fazer uma reportagem o mais generalista possível porque se os fosse avaliar de uma maneira que não considerassem correta poderia perder certas vantagens que atualmente tenho.” As considerações dos colaboradores vão ao encontro do quadro anterior, no qual diversos apontam a proximidade como uma forma de benefício informativo mas também de condicionante à sua forma de atuação.

Sobre a alegada imunidade da *Tribuna Desportiva* face a pressões externas ao jornal, obtiveram-se os seguintes resultados:

Quadro nº52: Imunidade da *Tribuna Desportiva* a Pressões Externas

Subcategorias	CA	CB	CC
Procura estar	•		
Jornal isento e honesto		•	
Pressões externas			•

Neste ponto, o CA refere que a *Tribuna Desportiva* está imune a pressões “e assim se explicam as dificuldades que atravessamos todas as semanas”, considerando mesmo que “[e]ra

mais fácil aliar-nos a alguém ou deixar que esses interesses entrassem na linha editorial para obter dinheiro.” Por sua vez, o CB entende que este “é um jornal isento e honesto” e que, por isso, “tem recebido os melhores elogios.” Todavia, o CC sublinha, a este respeito, que “[a] *Tribuna Desportiva* até já chegou a ser criticada por não aceitar certas vezes determinadas pressões políticas ou clubísticas.” Neste ponto, diversos autores como Santos (2008), Peruzzo (2005) e Carvalheiro (1996) alertam para a importância da relação da imprensa regional com o poder local e central, dizendo que esta não pode optar por um papel nem de subserviência nem de inimizade, sob pena de comprometer a qualidade da informação que veicula. É necessário encontrar um equilíbrio, por mais frágil que seja.

Questionados sobre se já foram alvo de processos judiciais, os colaboradores responderam da seguinte forma:

Quadro nº53: Condicionantes ao Trabalho de Jornalista

Subcategorias	CA	CB	CC
Nunca		•	•
Sim, como testemunha	•		

Neste ponto, tanto o CB como o CC dizem que nunca foram alvo de processos judiciais devido ao seu trabalho enquanto jornalistas, ainda que o CB admita que isso “não quer dizer que no futuro não possa vir a acontecer.” Ao invés, o CA, assume que já “[f]ui chamado como testemunha em processos de colegas meus e lembro-me de um episódio em que não levámos a melhor. A *Tribuna* perdeu esse processo e teve que indemnizar o clube pelo que foi escrito, apesar de tudo o que tinha publicado ser a realidade.” Num setor onde ainda existe muito amorismo, os meios regionais tendem a evitar grandes confrontos com o poder local sob pena de dividir um público-alvo já de si restrito. A ERC, por exemplo, considera que existem em inúmeros jornais locais evidentes relações de dependência económica perante os órgãos autárquicos, frequentemente os principais anunciantes dos jornais locais e regionais. Tal situação é vista pelo Regulador como “um fator de fragilização da autonomia editorial e da independência perante o poder político” (2010: 109).

Em relação à importância da *Tribuna Desportiva* na vida sociocultural dos seus leitores, os colaboradores responderam da seguinte forma:

Quadro nº54: Importância do Jornal na Vida Sociocultural dos Leitores

Subcategorias	CA	CB	CC
Informação abrangente	•		
Aproxima locais distantes do concelho	•		
Divulgação de clubes locais			•
Desporto amador como forma de convívio		•	
Relação entre futebol e a venda de jornais	•		

Neste ponto, o CA aponta vários fatores para sublinhar a importância da *Tribuna Desportiva* na vida sociocultural dos seus leitores. Por um lado, considera que “as pessoas têm acesso a informação de tudo o que aconteceu no distrito a nível desportivo” e, por outro, “fazemos uma ligação entre os meios mais distantes do centro das cidades e outros pontos do distrito.” O mesmo colaborador adianta ainda que os leitores, quando compram o semanário, fazem-no porque sabem que “vem lá um texto a falar sobre o clube da terra deles, dos patrocínios e dos amigos deles.” Por sua vez, o CB opta por dar destaque ao facto de “o futebol amador também tem uma importância tremenda na vida cultural das pessoas e das regiões” e realça que “há locais em que o futebol é uma maneira privilegiada de as pessoas conviverem.” Finalmente, o CC lembra que “há uns anos atrás havia muito mais futebol distrital, a tendência é para o número continuar a diminuir. Há zonas e regiões que antes tinham um clube a ser falado semanalmente no jornal, a partir do momento em que deixou de haver futebol sénior deixaram de aparecer no jornal e o jornal foi perdendo importância naquela comunidade.” São vários os aspetos que importa ressaltar nestas respostas. Por um lado, e tendo em conta a posição veiculada pelo CC, Carlos Camponéz (2002) lembra-nos que “a imprensa regional e local pressupõe a existência de uma identidade definida por referência a um território relativamente bem delimitado.” (2002: 29). Por outro lado, e aludindo às considerações do CA, recorreremos aos pensamentos de autores como Juliana Ribeiro (2005), Carlos Camponéz (2002) e Paulo Faustino (2005) que olham para os *media* locais como construtores de novas realidades, uma vez que, em muitos casos, são os meios regionais quem coloca na agenda do dia os assuntos e temas que mais interessam a estas comunidades locais.

Quando questionados sobre a maneira como a *Tribuna Desportiva* ajuda a estabelecer um sentimento de pertença à comunidade, as respostas foram bastante diversificadas:

Quadro nº55: Sentimento de Pertença a Uma Comunidade

Subcategorias	CA	CB	CC
Leitor sente-se valorizado	•		
Jornal é parte da família		•	
Compra como Ritual			•

Acerca deste assunto, o CA enfatizou que os leitores “sentem-se valorizados. Por muito pequena que seja a coletividade da terra, eles vêem alguém reconhecer o valor”. Por sua vez, o CB considera que “[a] *Tribuna Desportiva* faz parte da família das pessoas”, ao passo que o CC entende que “[a]s pessoas gostam do jornal e é normal, sobretudo nos reformados, logo à terça-feira de manhã irem buscar o jornal porque é quase um ritual para eles.” Sobre este último ponto, João Carlos Correia (1998) dá precisamente o exemplo do interior de Portugal, para quem desdobrar o jornal é uma espécie de ritual que ajuda à sociabilidade comum e que assegura a continuidade dos grandes consensos sociais. Por outro lado, Sousa (2002), Camponez (2002) e Hatcher (2011) acentuam também a ideia de que os meios de comunicação de proximidade funcionam como elementos representativos de uma comunidade perante terceiros. Camponez e Hatcher lembram mesmo que o jornalista vive entre os seus leitores e, como tal, é um membro ativo da comunidade para a qual escreve. Hatcher sublinha ainda que a classe jornalística tem também um papel determinante na resolução de problemas sociais e nas soluções que os intervenientes sociais adotam no seu quotidiano.

Relativamente à viabilidade futura do jornal em questão, obtiveram-se os seguintes resultados:

Quadro nº56: Viabilidade Futura da *Tribuna Desportiva*

Subcategorias	CA	CB	CC
Incerteza para o futuro	•	•	
Manutenção sim, crescimento não			•

A este respeito, o CA entende que “[c]ada vez é mais difícil” levar o jornal a bom porto e assume que “[n]ão sei se para o mês que vem será assim, gostava que conseguíssemos”. O pessimismo do CA é replicado pelo CB que diz que “o que hoje é verdade pode ser mentira amanhã. Quem dirige estas empresas jornalísticas tem que fazer enormes esforços”. Por sua vez,

o CC acredita que o jornal tem possibilidades de se manter estável no mercado, mas “para crescer tenho as minhas dúvidas. Mais do que crescer, nesta altura a ideia é sobreviver.” Feliciano Barreiras Duarte (2005), Sofia Santos (2008) ou a própria ERC (2010) são alguns dos autores que têm alertado para as dificuldades de sobrevivência dos jornais de âmbito local e/ou regional, servindo de exemplo a posição de Santos, segundo a qual há centenas de títulos locais e regionais que anualmente se extinguem no mercado nacional.

Finalmente, quando questionados sobre as consequências de um possível desaparecimento da *Tribuna Desportiva*, os colaboradores responderam da seguinte forma:

Quadro nº57: Consequências do Desaparecimento da *Tribuna Desportiva*

Subcategorias	CA	CB	CC
Perda sentimental	•		
Perda de visibilidade futura	•		
Empobrecimento regional		•	
Perda de um ícone de memórias			•

Relativamente a este ponto, o CA defende que um eventual desaparecimento do jornal *Tribuna Desportiva* seria uma perda “a nível sentimental”, porque entende que “a *Tribuna* também é deles, das pessoas, das coletividades, dos mais novos.” O mesmo colaborador lembra ainda que, caso este jornal se extinguisse, “[h]averia centenas de atletas e pessoas diretamente ligadas ao desporto que deixariam de ver reconhecido o valor das suas ações.” Por seu lado, o CB considera que “o desporto da região ficaria mais pobre”, porque “a *Tribuna Desportiva* faz falta ao distrito de Castelo Branco.” Finalmente, o CC entende que “há muitas pessoas que se habituaram a ler este jornal, muitas delas encontram nas páginas da *Tribuna* os próprios filhos ou netos e é importante que se mantenha vivo este ícone de memórias.” Neste último ponto, há duas ideias que é importante reter. Em primeiro, a imprensa de proximidade ajuda as populações locais a adotar hábitos de leitura, como fazem referência autores como Santos (2008) ou a ERC, que nos lembram que “os índices de leitura da imprensa local e regional têm sido subavaliados”, estimando que “cerca de 50% da população tem por hábito ler este tipo de publicações” (2010: 226). Em segundo lugar, é importante não esquecer que o jornal regional continua a ser um elemento comunicacional fundamental para inúmeras famílias. Alexandre Manuel lembra que os *media* regionais assumem funções importantes como é o caso da produção simbólica comunitária

que, no seu entender, “contribui para a integração, socialização e aculturação dos membros da comunidade” (Camponez *apud* Manuel, 2008: 7) porque, para além de resistir às pressões impostas pela globalização, funciona também “como meio de projecção do local no global” (Camponez *apud* Manuel, 2008: 7). Por outro lado, e no entender de Correia, “a globalização desvalorizou as identidades baseadas em papéis sociais em detrimento crescente de identidades baseadas em pertenças culturais” (2004: 2), pelo que os meios de comunicação social perfilam-se como agentes ideais para a definição dos territórios simbólicos que permitam a formulação destes novos tipos de afirmação identitária. Por sua vez, Alexandre Manuel acredita na capacidade de sobrevivência da imprensa regional, adiantando o autor que a principal força dos meios de proximidade reside na forma como ajudam a criar novos espaços públicos e a aprofundar processos de deliberação democrática que dizem respeito ao quotidiano das comunidades e dos cidadãos que as integram. Todavia, alerta o autor, “[a] imprensa regional/local não deve (não pode) construir um bunker em relação ao que chega de fora.” (Manuel, 2008: 9).

CONCLUSÃO

O elevado número de meios de comunicação generalistas de âmbito local ou regional em Portugal, em contraste com o reduzido número de jornais desportivos regionais, levaram-nos a querer conhecer mais aprofundadamente a importância social destes últimos, nomeadamente para os leitores e assinantes, mas também para jornalistas e colaboradores que neles escrevem.

No cerne do objeto de estudo desta dissertação existe a necessidade de compreender mais aprofundadamente a opinião dos leitores assinantes do jornal *Tribuna Desportiva* sobre as características que consideram determinantes para a adesão ao mesmo, a importância que lhe atribuem e de que forma é que este contribui para fomentar o sentimento de pertença à comunidade de abrangência. Para ajudar a fundamentar o pensamento anterior, propusemo-nos também analisar em detalhe algumas edições do jornal em causa, respeitantes aos seus conteúdos verbais e visuais, para saber quais as temáticas mais representativas, quem são os agentes sociais e qual o enquadramento que este jornal dá aos artigos que publica.

Optou-se por conhecer adicionalmente a posição de quem dirige a *Tribuna Desportiva*, bem como a dos jornalistas e colaboradores do jornal, uma vez que, ao contrário do que acontece na imprensa nacional ou internacional, a imprensa local é formada por jornalistas que pertencem à comunidade para a qual escrevem. Também eles são parte interessada nas notícias que são veiculadas nos meios de comunicação local, logo, também eles podem ser prejudicados ou valorizados com a repercussão de determinados artigos de âmbito regional. Trata-se, pois, de uma posição extremamente frágil mas muito estimulante, em que o jornalista tem o poder de aceder com relativa facilidade a quase todas as fontes locais e respetivas informações, mas corre também o risco de ser mais facilmente influenciado por estas.

Com o objetivo de responder à pergunta de partida e consequentes questões de investigação, definidas no início desta dissertação, formularam-se objetivos de investigação que, no geral, poderemos dizer que foram alcançados, pois os vários objetos de análise permitiram-nos chegar a várias conclusões.

A realização de questionários a 109 assinantes corroborou o âmbito local da *Tribuna Desportiva*. A maioria dos assinantes deste jornal reside no mesmo distrito onde a *Tribuna Desportiva* está sediada, fenómeno algo curioso, uma vez que a assinatura é feita, exclusivamente via *online*, existindo diversos pontos de venda de jornais no distrito.

Por outro lado, praticamente todos os inquiridos têm, pelo menos, o ensino secundário, o que contraria a tese de alguns autores que apontam a população alvo deste género de publicações como tendo pouca instrução académica. Este dado pode estar diretamente relacionado com o facto de todos os inquiridos serem assinantes *online*, o que poderá excluir, em teoria, uma franja de leitores mais velhos e menos à vontade com as novas tecnologias.

Outra conclusão a que chegámos através dos questionários prende-se com o facto de uma expressiva maioria dos inquiridos que assina este jornal desportivo assumir que o desporto é importante ou muito importante na sua vida social, comprovando essa importância com a prática de diversas modalidades desportivas, na maioria dos casos de forma meramente amadora.

De realçar também o facto de a maioria dos inquiridos afirmar que assina a *Tribuna Desportiva* por causa da divulgação do desporto local, assim como de familiares e amigos que, por vezes, surgem nas páginas do jornal. Este dado assume especial importância quando constatamos que a maioria dos inquiridos não assina mais nenhuma publicação.

Por outro lado, para a maioria dos inquiridos, a *Tribuna Desportiva* gera discussão ou polémica entre o público leitor, o que não deixa de ser interessante quando se verifica que cerca de metade dos inquiridos assume que o jornal é tema de conversa, com amigos ou familiares que também lêem este semanário.

Outra conclusão que podemos retirar da análise dos questionários é que os residentes de Castelo Branco são os inquiridos que mais consideram que o jornal *Tribuna Desportiva* constitui um elemento promotor do sentimento de pertença à comunidade local, o que não surpreende, uma vez que o jornal está ali sediado e a maioria dos artigos publicados dizem respeito àquele distrito.

Finalmente, no que toca aos questionários, importa salientar que a fácil acessibilidade, a apresentação de temas atuais, o conhecimento dos agentes noticiados e a linguagem acessível são as principais características que levam os inquiridos a assinar o jornal.

Da análise de quatro edições do jornal *Tribuna Desportiva*, todas referentes ao ano de 2012, também retirámos diversas conclusões, nomeadamente que o futebol é a modalidade rainha neste jornal. Além de ser manchete em três das quatro edições, está representado em mais de metade

das páginas analisadas, que correspondem sobretudo a análises de encontros que decorreram na semana anterior à sua publicação.

Por outro lado, os artigos extra desporto são quase inexistentes, limitando-se a alguns artigos de opinião, ou seja, quem lê este jornal, lê porque sabe que encontra ali artigos desportivos e pouco mais. Curiosamente, a partir do início de 2013, ou seja, num período posterior à nossa análise, notou-se uma inversão desta postura, uma vez que a *Tribuna Desportiva* optou por incluir duas páginas generalistas por edição, à semelhança do que já fazem os diários desportivos como *A Bola* ou o *Record*.

Outra conclusão a que chegámos através da análise das edições do jornal é que a *Tribuna Desportiva* privilegia os agentes coletivos (sobretudo equipas da região) em detrimento dos singulares, ou seja, é mais fácil chegar ao leitor através de uma equipa ou coletividade do que através de um jogador, árbitro ou dirigente.

De salientar também que o enquadramento de conflito é o mais utilizado por este jornal, sobretudo no que diz respeito à análise de jogos de futebol. A este respeito, é interessante verificar que o discurso do jornal é mais protecionista quando estão frente a frente uma equipa da região e outra de fora do que quando se enfrentam duas equipas do distrito.

Ainda a respeito da análise do jornal, importa referir que a *Tribuna Desportiva* publica, preferencialmente, fotografias de pessoas do sexo masculino, geralmente em campos de futebol, onde se vejam dois ou mais jogadores, numa mancha fotográfica média e com uma distância social pública.

Finalmente, a propósito das entrevistas concedidas pelo diretor da *Tribuna Desportiva* e pelos três colaboradores que têm vínculo com a empresa, pudemos concluir, por exemplo, que a *Tribuna Desportiva* valoriza atletas, clubes e marcas da região através da sua divulgação.

Um fenómeno que está a preocupar os elementos da redação deste jornal é o desaparecimento de clubes locais, uma vez que esta situação influencia negativamente as vendas de exemplares do jornal. A partir do momento em que o clube da terra já não aparece no jornal, os leitores dessas localidades deixam de adquirir a *Tribuna Desportiva*, pois perderam o elo que as ligava ao jornal.

Outra conclusão importante é o facto de a *Tribuna Desportiva* ser um jornal profissional redigido maioritariamente por jornalistas amadores, o mesmo é dizer, por pessoas sem carteira profissional, mas que fazem parte da comunidade local e a conhecem como poucos. Em alguns

casos, os elementos da *Tribuna Desportiva* são também antigos desportistas da região pelo que estão à vontade no meio, onde continuam a beneficiar de fontes privilegiadas para o desenrolar do seu trabalho jornalístico.

Por outro lado, concluiu-se também que o desporto, em especial o futebol, é uma forma de socialização e de inclusão social. Por um lado, serve de ponto de encontro para convívios semanais, por outro é utilizado como motivo de orgulho sempre que um familiar ou amigo é retratado nas páginas do jornal. Esta estratégia é, aliás, assumida e reconhecida pelo diretor da publicação, que aposta na publicação de bastantes fotografias com figuras humanas como forma de aumentar as vendas do jornal.

Através das entrevistas ao diretor e aos colaboradores pode concluir-se também que os emigrantes utilizam o jornal como forma de manterem uma via comunicacional aberta com uma região à qual estão emocionalmente ligados. Esse é o principal motivo pelo qual encontramos no lote de assinantes deste jornal pessoas oriundas de vários pontos do país e até do estrangeiro.

A última conclusão a que chegamos é que a *Tribuna Desportiva* enriquece desportiva e culturalmente o distrito. Um eventual desaparecimento, tornar-se-ia num problema socio-desportivo para todo o distrito, uma vez que a larga maioria das coletividades e associações desportivas da região apenas têm visibilidade nas páginas deste jornal.

Segundo a ERC, a imprensa regional em Portugal é constituída essencialmente por empresas de pequena dimensão, que muitas vezes não resistem às exigências do mercado da comunicação, cada vez mais concorrencial. Anualmente, dezenas de títulos desaparecem, praticamente ao mesmo ritmo que outros surgem, muitas vezes de forma impreparada e sem um rumo definido, fazendo deste um mercado volátil mas de inegável importância para as comunidades locais.

Graças à realização desta investigação, aprofundámos o conhecimento que tínhamos acerca da *Tribuna Desportiva* e concluímos que este jornal ajuda a fomentar um sentimento de pertença a uma comunidade local que encontra no desporto e, em particular, no futebol, uma força de coesão e identidade. Note-se, todavia, que o fomento deste elo identitário e de coesão social extravasa a região, estendendo-se também aos profissionais de lazer diretamente ligados à atividade desportiva e aos familiares de antigos jogadores de equipas locais (namoradas, pais e avós), bem como treinadores, árbitros e dirigentes, numa súpula de papéis muito díspares mas que, em comum, têm o desporto como elemento de socialização e confraternização.

Pode-se, por isso, dizer, que o jornal *Tribuna Desportiva* não só fomenta um sentimento de pertença a uma comunidade como cria, ele próprio, uma comunidade dentro daquela onde opera. Com efeito, e de acordo com os dados obtidos nos questionários, além do gosto partilhado pela atividade desportiva do distrito, é comum que os leitores da *Tribuna Desportiva* discutam entre si alguns dos artigos ali redigidos, muitas vezes no seio do próprio rol de amigos e familiares que também lêem este jornal.

Os próprios jornalistas sentem este apego à comunidade para a qual escrevem, uma vez que também eles residem ali e convivem com a população para a qual escrevem. Nas entrevistas que nos concederam, os colaboradores assumiram, sem exceção, que o trabalho que realizam como jornalistas é mal pago, mas nem assim deixam de o realizar. Todos eles têm uma ocupação adicional, mas continuam a colaborar com a *Tribuna Desportiva* por amor “à camisola”, mas sobretudo por respeito à comunidade que espera deles os relatos semanais do que mais importante acontece na região.

Podemos assim referir que, através da análise a este jornal, nos deparámos não só com uma comunidade real (o número de pessoas que compram e lêem o jornal) mas também com uma comunidade imaginada, na aceção de Benedict Anderson, um sentido generalizado de identidade beirã ou serrana que une e congrega o povo dos distritos de Castelo Branco e da Guarda por oposição a outros grupos nacionais. Anderson sublinha, a este respeito, que

“[T]he nation is imagined as *limited* because even the largest of them, encompassing perhaps a billion living human beings, has finite, if elastic, boundaries, beyond which lie other nations. No nation imagines itself coterminous with mankind. [...] Finally, it is imagined as a community, because, regardless of the actual inequality and exploitation that may prevail in each, the nation is always conceived as a deep, horizontal comradeship. Ultimately, it is this fraternity that makes it possible.” (Anderson, 1991: 7)

O sentimento de pertença é também notório na seleção das notícias que é utilizada pelo jornal, dado que o jornal apenas divulga equipas de fora da região, quando competem com uma do distrito. Em todos os casos que analisámos, e apesar do esforço para minimizar a parcialidade, o jornal faz prevalecer a ideia do «nós *versus* eles», focando-se sempre na equipa cujos adeptos poderão potencialmente vir a comprar o jornal: a do distrito.

Como jornalista, o autor deste trabalho considera que este correspondeu às suas expectativas, na medida em que lhe foi possível obter algumas conclusões importantes e que podem ajudar a explicar a existência de um jornal regional de cariz desportivo num distrito onde quase não há

desporto profissional. Por outro lado, ao abordar um nicho de mercado com pouca visibilidade no nosso país, tornou-se um projeto académico arrojado, mas extremamente estimulante, que fez do autor um profissional melhor e mais atento à realidade da imprensa desportiva e, sobretudo, da imprensa regional em Portugal.

Todavia, é importante referir que, ao longo da execução deste trabalho, deparámo-nos com dificuldades de várias ordens, começando desde logo pela distância geográfica entre o local de execução da dissertação (Lisboa) e o objeto de análise da mesma (Covilhã). Por motivos profissionais, logísticos e financeiros, revelou-se impossível vivenciar a *Tribuna Desportiva* por dentro em outras ocasiões, como gostaríamos, nomeadamente em fecho de edição.

Também na realização dos questionários nos debatemos com dificuldades inesperadas, uma vez que uma elevada percentagem dos assinantes optou por responder via-email ao mesmo, inviabilizando assim a nossa intenção de realizar todos os questionários através de chamada telefónica. Devido à menor interatividade que houve entre investigador e inquiridos, muitas das perguntas abertas ficaram em branco, o que limitou as conclusões a retirar daquela análise.

Esperamos que este trabalho possa contribuir para o desenvolvimento de projetos futuros, no âmbito deste nicho de mercado ainda muito pouco explorado em Portugal, mas que nos parece que pode vir a ter muito potencial, caso os meios de comunicação apostem em projetos tecnologicamente atualizados, sem nunca esquecer, todavia, a importância do local e da dimensão comunitária.

Num mundo cada vez mais global, não podemos esquecer a disparidade, cada vez maior, de meios comunicativos e respetivos públicos. Os jornais regionais, nomeadamente os de cariz desportivo, poderão aproveitar essa variedade de títulos e tipologias para marcar pela diferença, e não apenas na região onde se encontram. Afinal, as fronteiras geográficas esbatem-se com a evolução tecnológica e tudo aquilo que está a acontecer no distrito vizinho, na capital do país ou no outro lado do mundo passa a estar à distância de um *click*, ficando disponível numa fração de segundo.

BIBLIOGRAFIA

- BARDIN, L. (1995) *Análise de conteúdo*. Lisboa, Edições 70.
- BASS, A. (2005) *In the game*. New York, Palgrave Macmillan.
- BOGDAN, R. & BLINKLEN, S. (1991) *Investigação Qualitativa em Educação: uma introdução à teoria e aos métodos*. Porto, Porto Editora.
- BOYLE, R. (2006) *Sports Journalism Context And Issues*. London, Sage Publications.
- BOYLE, R., & HAYNES, R. (2004) *Football in the New Media Age*. S.l., Routledge.
- _____ (2009) *Power Play: Sport, The Media and Popular Culture*. Edinburgh, Edinburgh University Press.
- CALHA, A. (2011) *Guia n.º 1 – Construção de Bases de Dados utilizando o Data Editor do SPSS. Manuscrito não publicado*, Escola Superior de Saúde de Portalegre, Portalegre.
- _____ (2011) *Guia n.º 2 – Estatística Descritiva Univariada. Manuscrito não publicado*, Escola Superior de Saúde de Portalegre, Portalegre.
- _____ (2011) *Guia n.º 3 – Manipulação de ficheiros de dados. Manuscrito não publicado*, Escola Superior de Saúde de Portalegre, Portalegre.
- _____ (2011) *Guia n.º 4 – Transformação de dados no SPSS. Manuscrito não publicado*, Escola Superior de Saúde de Portalegre, Portalegre.
- _____ (2011) *Guia n.º 5 – Coeficiente de Consistência Interna: Alfa de Cronbach. Manuscrito não publicado*, Escola Superior de Saúde de Portalegre, Portalegre.
- _____ (2011) *Guia n.º 6 – Testes e Medidas de Associação I (modelos de comparação de grupos). Manuscrito não publicado*, Escola Superior de Saúde de Portalegre, Portalegre.
- _____ (2011) *Guia n.º 7 – Testes e Medidas de Associação II (modelos de comparação de pares de variáveis). Manuscrito não publicado*, Escola Superior de Saúde de Portalegre, Portalegre.
- CAMPONEZ, C. (2002) *Jornalismo de Proximidade*. Coimbra, Edições MinervaCoimbra.
- DUARTE, F. B. (2005) *Informação de Proximidade Jornais e Rádios*. Lisboa, Ancora Editora.

- ENTMAN, R. (2003) *Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy*. Chicago, The University of Chicago Press.
- ERC (2010) *A Imprensa Local e Regional em Portugal*, S.l., ERC.
- FAUSTINO, P. (2005) *A Imprensa em Portugal Transformações e Tendências*. Lisboa, Media XXI.
- FORTIN, M. (1999) *O Processo de Investigação: da Concepção à Realização*. Loures, Lusociência.
- FRANKLIN, B. (1998) *Local Journalism and Local Media: Making the Local News*. London, Routledge.
- Gil, A. (1989) *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social (2.ª edição)*. São Paulo, Editora Atlas
- GOFFMAN, E. (1986) *Frame Analysis*. Boston, Northeastern University Press.
- ILHÉU, J. (1995) *Do Tema ao Modelo de Investigação: Sebenta de Métodos e Técnicas de Investigação Social I e II, Manuscrito não publicado*, Universidade de Évora, Évora.
- JARVIE, G., & MAGUIRE, J. (1994) *Sport and leisure in social thought*. London, Routledge.
- KENEDDY, E., & HILLS L. (2009) *Sport, Media and Society*. Oxford, Berg.
- LAKATOS, E. & MARCONI, M. (1992) *Metodologia Científica (2.ª edição, pp. 159-209)*. São Paulo: Editora Atlas-
- MINAYO M. C. & SANCHEZ O. (1993) *Quantitativo-qualitativo: oposição ou complementaridade?. Cadernos de Saúde Publica 9 (3). 239-262.*
- LEEUWEN, T. e JEWITT, C. (2011) *The Handbook of Visual Analysis*. London, Sage.
- MINTZBERG, H. (1995), *Estrutura e Dinâmica das Organizações*, Lisboa, Publicações D. Quixote.
- POESCHL, G. (2006) *Análise de dados na investigação em Psicologia: Teoria e Prática*. Coimbra: Almedina.
- POLIT, D. F. HUNGLER, B. P. (1995) *Fundamentos de pesquisa em enfermagem. 3. ed.* Porto Alegre: Artes Médicas.
- READER, B. HATCHER, J. (2011) *Foundations of Community Journalism, USA*, Sage.
- REBELO, J. (2000) *O Discurso do Jornal - O Como e o Porquê*. Lisboa, Editorial Notícias.
- SANTOS, S. (2008) *Imprensa Regional Temas, Problemas e Estratégias da Informação Local*. Lisboa, Livros Horizonte.
- SILVA, A. (2006) *Os Diários Generalistas Portugueses em Papel e Online*. Lisboa, Livros Horizonte.

- SOBRAL, L. & MAGALHÃES, P. (1999) *Introdução ao Jornalismo Desportivo*. (S.l.), Cenjor e CNID.
- STREUBERT, H., CARPENTER, D. R. (2002) *Investigação qualitativa em enfermagem: avançando o imperativo humanista*. Loures, Lusociência.
- TUCKMAN, B. (2000) *Manual de Investigação em Educação (2.ª edição)*. Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.

Fontes online

- ABIAHY, A. C. (2005) *O jornalismo especializado na sociedade da informação*. Universidade Federal da Paraíba Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/abiahya-ana-jornalismo-especializado.pdf> [Consultado em 18 de Novembro de 2012].
- ALMEIDA, J. P. (2008) *A Comunicação no Futebol de Massas*. Universidade do Minho Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/9204/1/Tese%20Final.pdf> [Consultado em 16 de Dezembro 2012].
- AROSO, I. (2013) *As redes sociais como ferramentas de jornalismo participativo nos meios de comunicação regionais: um estudo de caso*. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-2013-redes-sociais-ferramenta-jornalismo.pdf> [Consultado a 02 de Março de 2013].
- CARVALHEIRO, J. R. (1996) *Os media e os poderes locais*. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/carvalheiro-ricardo-Media-poder.pdf> [Consultado em 22 de Setembro de 2012].
- _____ (2000) *Média e cidadania na periferia portuguesa: O caso da Beira Interior*. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/carvalheiro-jricardo-media-cidadania.pdf> [Consultado em 11 de Janeiro de 2013].
- CICILLINI, F. (2007) *Mídia impressa e informação local: O Jornal impresso no Centro do Estado de São Paulo*. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cicillini-fernanda-midia-impressa-informacao-local.pdf> [Consultado em 02 de Março de 2013].
- CORREIA, J. C. (1998) *A região e o espaço público: um contributo crítico*. Disponível em http://www.bocc.ubi.pt/pag/jcorreia_espaco.pdf [Consultado em 10 de Dezembro de 2012].
- _____ (1998) *Jornalismo regional e cidadania*. Universidade da Beira Interior Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-jornalismo-regional.pdf> [Consultado em 22 de Novembro de 2012].

- _____ (2005) *A fragmentação do espaço público: novos desafios ético-políticos*. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-carlos-a-fragmentacao-do-espaco-publico-novos-desafios-etico-politicos.pdf> [Consultado em 11 de Setembro de 2012].
- _____ (2006) *A imprensa regional e comunicação política. As eleições autárquicas de 2005*. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-imprensa-regional-comunicacao-politica.pdf> [Consultado em 22 de Outubro de 2012].
- FREITAS, V. (2006) *O papel social do jornalismo comunitário: Um estudo do Jornal Cantareira*. São Paulo. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/freitas-viviane-papel-social-do-jornalismo-comunitario.pdf> [Consultado em 11 de Janeiro de 2013].
- LOPES, F. (2006) *A informação desportiva emitida na TV dirige-se aos sentidos ou ao pensamento?*. Universidade do Minho. Disponível em http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/8716/3/Lopes_2006_TV%20do%20futebol.pdf [Consultado em 28 de Abril 2010].
- MACEDO, A. S. (2008) *O papel do jornalismo desportivo na hegemonia do futebol*. Universidade do Minho. Disponível em <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/9515> [Consultado em 26 de Outubro 2012].
- MACIEL, T. (2007) *A representação de tribo urbana no jornalismo de revista esportivo especializado - segmento "Bike": Análise da representação do indivíduo e da tribo urbana, na revista "VO2 MAX"*. Belo Horizonte. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/maciel-thiago-representacao-tribo-urbana.pdf> [Consultado em 02 de Março de 2010].
- MANUEL, A. (2006) *Globalização, localização e Imprensa Regional: O mais que provável retorno ao singular e às diferenças*. VI Congresso Português de Sociologia. Disponível em <http://www.aps.pt/vicongresso/pdfs/581.pdf> [Consultado em 26 de Novembro de 2012].
- MARTINS, H. (2008) *Imprensa Desportiva: Uma Análise Comparativa entre Portugal, Espanha e Itália*. Instituto Superior de Ciências e do Trabalho. Disponível em <https://repositorio-iul.iscte.pt/bitstream/10071/991/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20de%20mestrado.pdf> [Consultado em 30 de Dezembro 2012].
- PERUZZO, C. (2005) *Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências*. Revista Comunicação & Sociedade. Disponível em http://www.ciciliaperuzzo.pro.br/artigos/midia_regional_e_local_aspectos_conceituais_e_tendencias.pdf [Consultado em 09 de Janeiro de 2013].

- RIBEIRO J. (2006) *Da política ao debate: jornalismo regional e espaço público*. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/ribeiro-juliana-da-politica-ao-debate.pdf> [Consultado em 10 de Janeiro de 2013].
- _____ (2007) *Jornalismo regional e construção da cidadania: o caso da "Folha da Região" de Araçatuba*. Araçatuba. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/ribeiro-juliana-jornalismo-regional-construcao-cidadania.pdf> [Consultado em 16 de Outubro de 2012].
- RODRIGUES, C. (2008) *Novas fronteiras do jornalismo: comunicação individual na era global*. Universidade da Beira Interior. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/catarina-rodrigues-novas-fronteiras-do-jornalismo.pdf> [Consultado em 12 de Novembro de 2012].
- SANTOS, J. (2009) *Atributos da qualidade da competição desportiva escolar*. Universidade da Madeira. Disponível em <http://digituma.uma.pt/bitstream/10400.13/43/1/MestradoJo%C3%A3oSantos.pdf> [Consultado em 11 de Janeiro de 2013].
- SEMETKO, H. A., & VALKENBURG, P. M. (2000). *Framing european politics: A content analysis of press and television news*. Journal of Communication. Disponível em <http://www.babylonconsult.ro/files/offer/519a15226cc96.pdf> [Consultado em 21 de Janeiro de 2013].
- SOUSA, J. P. (2001) *Elementos de Jornalismo Impresso*. Porto. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-de-jornalismo-impresso.pdf> [Consultado em 26 de Novembro de 2012].
- _____ (2002) *Comunicação regional e local na Europa Ocidental*. Universidade Fernando Pessoa. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-comunicacao-regional-na-europa-ocidental.pdf> [Consultado em 29 de Dezembro de 2012].
- VIEIRA, J. (2007) *Imprensa Gratuita - O contributo para o aumento dos hábitos de leitura. Ameaça ou desafio à imprensa tradicional?*. Instituto Politécnico de Tomar. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/vieira-joao-imprensa-gratuita.pdf> [Consultado em 11 de Janeiro de 2013]
- VISEU, J. (2006) *O desporto da TV ou a TV do desporto?*. Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/5324/1/O%20desporto%20da%20TV%20ou%20a%20TV%20do%20desporto.pdf> [Consultado em 28 de Novembro 2012]

ANEXOS E APÊNDICES

APÊNDICE I – Guiões das Entrevistas

APÊNDICE II – Transcrição das Entrevistas

APÊNDICE III – Questionário

APÊNDICE IV – Tratamento dos dados do questionário (disponível em versão digital)

APÊNDICE V – Análise do jornal *Tribuna Desportiva* (disponível em versão digital)

ANEXO I – Edições da *Tribuna Desportiva* (disponível em versão digital)