

MESTRADO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO  
- ESTUDOS DE MÉDIA E JORNALISMO

# O processo de comunicação da Casa Barbot - Análise à comunicação externa deste espaço cultural (de 2006 a 2016)

Rafaela Helena Sciamanna Da Silva

**M**

2017



**Rafaela Helena Sciamanna Da Silva**

**O processo de comunicação da Casa Barbot**  
**Análise à comunicação externa deste espaço cultural**  
**(de 2006 a 2016)**

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação, orientada  
pelo Professor Doutor Fernando Vasco Moreira Ribeiro

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

setembro de 2017



O processo de comunicação da Casa Barbot  
Análise à comunicação externa deste espaço cultural (de  
2006 a 2016)

Rafaela Helena Sciamanna Da Silva

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação, orientada  
pelo Professor Doutor Fernando Vasco Moreira Ribeiro

Membros do Júri

Professor Doutor José Manuel Pereira Azevedo, Professor Associado da  
Faculdade de Letras - Universidade do Porto

Professor Doutor Nuno Alexandre Meneses Bastos Moutinho, Professor Auxiliar da  
Faculdade de Economia - Universidade do Porto

Professor Doutor Fernando Vasco Moreira Ribeiro, Professor Auxiliar da  
Faculdade de Letras - Universidade do Porto.

Classificação obtida: 14 valores



## SUMÁRIO

<b>AGRADECIMENTOS</b> .....	<b>9</b>
<b>RESUMO</b> .....	<b>10</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>11</b>
<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>12</b>
<b>CAPÍTULO I – A CULTURA COMO MASSIFICADOR SOCIAL</b> .....	<b>13</b>
1. Definição de cultura.....	13
2. Cultura de massa.....	16
3. Indústria cultural.....	17
4. Teoria culturológica.....	18
5. Apocalípticos e Integrados: Umberto Eco.....	18
6. Indústrias criativas.....	19
7. Noção moderna de Cultura .....	20
8. Cibercultura .....	20
<b>CAPÍTULO II – O JORNALISMO NA PERSPETIVA CULTURAL</b> .....	<b>22</b>
1. Jornalismo cultural .....	22
2. A notícia como género jornalístico de excelência na cultura .....	24
3. Teorias que fundamentam as escolhas noticiosas do jornalismo cultural .....	25
4. Outros critérios de noticiabilidade: Newsmaking e os valores-notícia do jornalismo cultural .....	28
<b>CAPÍTULO III – O JORNALISMO CULTURAL NO MUNDO ONLINE</b> .....	<b>31</b>
1. Uma questão de definição: Ciberjornalismo .....	31
2. Especificações do ciberjornalismo .....	33
3. Especificidades nas “ciber-notícias” portuguesas .....	37
<b>CAPÍTULO IV – RELATÓRIO DE ESTÁGIO</b> .....	<b>39</b>
1. Plano de estágio .....	39
2. Balanço da realidade e os trabalhos realizados.....	39
<b>CAPÍTULO V – ESTUDO CASO</b> .....	<b>41</b>
1. Apresentação e justificação do objeto de estudo .....	41
2. Enquadramento.....	41
2.1. Casa Barbot .....	42
2.2. Vila Nova de Gaia .....	44
3. Metodologia.....	45
3.1. Entrevistas de elite .....	45

3.1.1.	Definição da amostra.....	46
3.1.2.	Caracterização dos entrevistados .....	46
3.1.3.	Guião base das entrevistas.....	50
3.1.4.	Notas sobre o trabalho de campo .....	50
3.2.	Inquéritos .....	52
3.2.1.	O inquérito.....	52
3.2.2.	Definição da amostra e caracterização dos inquiridos .....	52
3.2.3.	Guião base do inquérito.....	52
3.2.4.	Notas sobre o trabalho de campo .....	53
3.3.	Análise de conteúdo, do ponto de vista quantitativo, do produto jornalístico publicado sobre a Casa Barbot.....	53
3.3.1.	Definição de amostra e caracterização dos jornais.....	53
3.3.1.1.	Público .....	53
3.3.1.2.	Jornal de Notícias.....	56
3.3.1.3.	Observador .....	58
<b>CAPÍTULO VI – APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....</b>		<b>60</b>
1.	Entrevistas .....	60
2.	Resultado dos inquéritos.....	86
3.	Análise quantitativa ao produto jornalístico publicado sobre a Casa Barbot.....	93
<b>CAPÍTULO VII - CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>		<b>97</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>		<b>100</b>

## APÊNDICES

<b>Apêndice 1</b> - Guião para as entrevistas semidirectivas a artistas/comunicadores/Casa Barbot	105
<b>Apêndice 2</b> - Guião para as entrevistas semidirectivas a jornalistas	106
<b>Apêndice 3</b> - Entrevista a Lourdes dos Anjos	107
<b>Apêndice 4</b> - Entrevista a Maria Rosas	110
<b>Apêndice 5</b> - Entrevista a Miguel Bandeirinhas	112
<b>Apêndice 6</b> - Entrevista a Mónica Faverio	115
<b>Apêndice 7</b> - Entrevista a Maria José Guedes	118
<b>Apêndice 8</b> - Entrevista a Miguel Judas	122
<b>Apêndice 9</b> - Entrevista a Pedro Emanuel Santos	124

<b>Apêndice 10</b> - Entrevista a Simão Freitas	126
<b>Apêndice 11</b> - Entrevista a Vanessa Ribeiro Rodrigues	130
<b>Apêndice 12</b> - Entrevista a Carla Vieira	132
<b>Apêndice 13</b> - Entrevista a Vítor Pinto	135
<b>Apêndice 14</b> - Entrevista a Gil Nunes	137
<b>Apêndice 15</b> - Entrevista a Pedro Matos Trigo	140
<b>Apêndice 16</b> - Guião do inquérito aplicado aos gaienses	143
<b>Apêndice 17</b> - Gráficos da análise de opinião dos gaienses	145
<b>Apêndice 18</b> - Gráfico da análise de notícias	153

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a todos os que de uma forma ou de outra tornaram possível a realização deste trabalho, em especial, agradeço à maioria dos entrevistados, não só o contributo, mas pela qualidade humana que têm. O carinho e apoio que me deram foram um grande e valioso incentivo.

Um obrigada muito especial à Marisa Sousa pela sua compreensão e ajuda, tanto na procura de contactos como na cedência dos espaços para entrevistas.

À minha mãe suportou o caminho tumultuoso que se veio a revelar esta parte da minha vida académica e pessoal durante um período mais prolongado que o esperado. Obrigada mãe pelo apoio incondicional!

A minha afilhada Rafaela Santos pela ajuda incansável ao longo da minha vida académica. Obrigada por tudo!

Aos restantes amigos que, dum forma ou outra, estiveram presentes e que aligeiraram o peso deste obstáculo.

Um grande obrigado a todos!

## **RESUMO**

O objetivo central ambiciona perceber como é que a Casa Barbot comunica cultura junto do seu público e, neste sentido, o nosso estudo desenvolveu-se numa investigação que pretende compreender a notoriedade da Casa Barbot, não só como ícone cultural do Grande Porto, mas também como principal *player* do Pelouro da Cultura da Câmara de Vila Nova de Gaia.

Assim, organizámos o trabalho em duas fases: a primeira, procura trabalhar a questão da comunicação e a cultura como dois conceitos intrínsecos e, também, a mercantilização dos mesmos e na segunda desenvolvemos o nosso estudo caso dividindo o mesmo em três enfoques diferentes. Em primeiro lugar, foram feitas entrevistas a jornalistas, a artistas de renome e a comunicadores; em segundo lugar, foram feitos inquéritos aos gaienses e, em terceiro e último lugar, fez-se uma abordagem mediática, através da recolha de notícias sobre a Casa Barbot.

**Palavras-Chave:** Casa Barbot, Comunicação, Cultura, Relações Públicas

## **ABSTRACT**

The central aim is to understand how the Barbot House communicates culture with its public and, in this sense, our study was developed in an investigation that intends to understand the notoriety of the Barbot House, not only as cultural icon of the Great Harbor, but also as the main player of the Cultural Sector of the Vila Nova de Gaia assembly.

Thus, we organized the work in two phases: the first one aims to work the issue of communication and culture as two intrinsic concepts and also the commercialization of the same and in the second we develop our study dividing it into three different approaches. In the first place, interviews were conducted with journalists, renowned artists and communicators; secondly, inquiries were made to the Galicians, and thirdly, and lastly, a media approach was taken by collecting news about Barbot House.

**Keywords:** Casa Barbot, communication, culture, Public Relations

## INTRODUÇÃO

A Casa Barbot representa uma época como, também a própria cidade de Vila Nova de Gaia. Sendo um imóvel de interesse público reconhecido pelo Estado é um ícone da arte nova e um marco cultural que, nos dias de hoje, sofre as consequências de uma sociedade afogada na rotina, nas redes sociais e no consumismo. Muitos passam e poucos olham ou se lembram que, em outrora, era uma grande casa e o Pelouro da Cultura da Câmara de Vila Nova de Gaia e, é tendo por bases estas razões, que o presente trabalho de investigação ambiciona perceber a notoriedade da Casa Barbot. Poderá ser uma questão de percepção pessoal ou a Casa Barbot perdeu o seu esplendor?

No entanto, só seremos capazes de obter uma resposta mais objetiva depois do desenvolvimento de uma exposição teórica sobre a evolução da cultura e da comunicação como conceito, mas também como objetos plausíveis de troca e com as dúvidas que este levantamento teórico suscitou abrimos uma panóplia de opções a analisar no estudo de caso. Por esta razão, iremos abordar três perspetivas com diferentes origens que se complementam entre si e que nos permitem chegar a uma conclusão mais real e concreta – a primeira foca-se na perspetiva dos profissionais através da realização de entrevistas a jornalistas, artistas e comunicadores que demonstraram de forma quase consensual a opinião que a Casa Barbot suscita enquanto entidade cultural; a segunda circunscreve-se a inquéritos aplicados nas imediações da Casa Barbot e nos irá ajudar a perceber a opinião dos gaienses, por último, analisaremos a questão da abordagem mediática na tentativa de chegar a uma conclusão sobre a notoriedade da Casa Barbot.

Antes de partimos para à análise propriamente dita, convém sublinhar que a presente dissertação está inserida nas atividades desenvolvidas no estágio na Casa Barbot, decorrido entre novembro de 2014 até março de 2015. Este estágio encontra-se integrado no Mestrado em Ciências da Comunicação, na variante de Estudos de Média e do Jornalismo.

## CAPÍTULO I – A CULTURA COMO MASSIFICADOR SOCIAL

“*Tal como no silêncio, o amor e a morte, a cultura é uma palavra feiticeira. Encerra em si todos os sentidos e todos os seus contrários...*” (Sousa H. , 2013, p. 183)

A cultura pode ser entendida em três perspectivas: por um lado engloba o indivíduo, a sociedade e ao todo seu ambiente circundante, mas por outro é encarada como algo que se circunscreve a bons livros, música e uns quantos quadros e outros consideram que a cultura é algo que não encaixa em nenhuma outra classificação, seja na sociedade, na literatura e, inclusive, no próprio jornalismo. Existem mais de 150 definições sobre o que é ou não a cultura e, por isso, dissertar sobre este assunto obriga-nos a pensar e a questionar as nossas crenças, dando lugar a uma discussão teórica, quase filosófica do que é cultura.

### 1. Definição de cultura

Do latim “*mentis animique informatio*”, “*cultus*” ou inclusive “*eruditio*” são as expressões que designam ‘Cultura’ e no dicionário de língua portuguesa a cultura é definida como:

«**Cul tu ra:** Ato, arte, moda de cultura; Lavoura; Conjunto de operações necessárias para que a terra produza; Vegetal cultivado; Meio de conservar, aumentar e utilizar certos produtos naturais; [Figurado] Aplicação do espírito a (determinado estado ou trabalho intelectual); Instrução, saber, estudo; Apuro, perfeição, cuidado»<sup>1</sup>.

Após esta definição, constatamos que a cultura pode ser considerada uma amálgama de saberes dentro da sociedade onde estamos inseridos, uma ideia já exposta por T. S. Eliot na sua obra *Notas para uma definição de cultura* ao considerar que: “*O termo cultura tem associações diferentes, segundo tenhamos em mente o desenvolvimento de um indivíduo, de um grupo ou classe, de toda uma sociedade...*” (Eliot, 2005, p. 33), um bom ponto de partida para este trabalho que nos permite compreender, de imediato, a complexidade deste conceito.

---

<sup>1</sup> Priberam, «palavra», In: <http://www.priberam.pt>

Cultura é, então, uma amálgama de saberes que inclui a também a conotação de música, teatro, artes em geral e literatura, assim como uma amálgama social onde, após um ‘todo contra todos’, chegamos a um consenso social, o que leva Detrich Schwanitz (2005) a afirmar que “*o saber que faz parte da cultura geral é resultado de uma longa sedimentação, uma espécie de morena final de matéria deixada pelo glaciar do consenso geral*” (Schwanitz, 2005, p. 417).

Existem diferentes concepções de cultura, de diferentes disciplinas e, embora cada uma constitua uma teoria diferente, cada uma aporta uma parte importante à ideia geral que temos. Os entendidos na matéria apontam a teoria clássica como ponto de partida e pilar fundamental para o desenvolvimento da mesma no decorrer dos séculos.

A concepção clássica permaneceu durante toda a Idade Média e expandiu-se até o século XVIII (O Iluminismo), inspirada nas sociedades alemã e francesa e desta concepção de cultura instala-se a confusão com o termo civilização e, a partir daqui, acentua-se a estratificação de classes entre burguesia e nobreza. Se por um lado “*as diferenças de aceção entre as duas noções acentuam-se quando se pensa a “civilização” enquanto processo ou finalização de um processo, e a “cultura” como produtos de criatividade humana*” (Elias apud Ferin, 2002, p. 36); por outro, “*... o conceito de cultura passa a estar associado ao conceito de civilização, opondo-se-lhe ou complementando-o, mas sempre enfatizando o movimento em direção ao desenvolvimento do indivíduo e das sociedades*” (Ferin, 2002, p. 36). Em suma, a concepção clássica da cultura aponta para o início da evolução da sociedade através da criação de valores próprios não ligados à natureza, mas ao espírito do indivíduo.

Posteriormente, surge uma concepção de cultura regida pela perspectiva descritiva da disciplina de antropologia no fim do sec. XIX e inícios do sec. XX e se a ideia inicial era inventariar a cultura a um nível mais material, com o tempo, o foco expande-se para a produção simbólica e esta concepção define cultura como “*... um grupo ou sociedade, o estudo de um conjunto de crenças, costumes, ideias e valores, bem como artefactos, objectos e instrumentos materiais, que são adquiridos pelos indivíduos enquanto membros de um grupo ou sociedade*” (Thompson apud Ferin, 2002, p. 37).

Indo ao encontro da concepção clássica, a concepção marxista de cultura acredita na ordem social e que, a cultura encontra-se contaminada pela forma de produção capitalista (primeiro passo da evolução de cultura para a indústria cultural), impossibilitando a

dissociação da política e da economia da sociedade, esta concepção baseia-se nelas e “*não concebe a existência de cultura independentemente das condições históricas, dos modos de produção e das relações entre classes que lhes estão subjacentes. Por conseguinte, a classe dominante, possuidora do capital e dos meios de produção controlaria, através de diversos dispositivos de carácter económico e político, os meios de produção intelectual*” (Ferin, 2002, p. 40).

Enquanto a concepção antropológica desenvolvia-se um pouco por todo à parte, em França a concepção estruturalista de cultura dava os seus primeiros passos pela mão de Ferdinand Saussure e Roman Jakobson para depois ser continuada por Levi-Strauss nos anos 50, fundamentada na semiótica, por tanto, de perspectiva simbólica, está fundamentada pelo estruturalismo do sistema linguístico, especificamente na relação entre os elementos e a sua dimensão sincrónica e diacrónica.

Nas palavras de Isabel Ferin (2002) para a concepção estruturalista “*a simultânea busca de traços estruturais internos e das respetivas formas simbólicas promove a identificação de elementos constantes, levando a que a cultura e sociedade surjam como única expressão de uma estrutura profunda, que dita regras à constituição das formas culturais, tanto como as da ordem social*” (Ferin, 2002, p. 41).

Outra disciplina que também idealizou a sua concepção de cultura foi a sociologia que, depois de um longo processo de incubação que demorou pelo menos quatro décadas pelo grande período de discussão, modificação, contraposição e complemento das ideias dos vários sociólogos - Émile Durkheim, Max Weber, surge por Parsons que apresenta uma concepção sociológica de cultura aceite por todos.

*Dividida em três grandes fases, esta concepção marca em primeiro lugar, a cultura como simbolismo; em segundo, um sistema que criou as suas próprias regras e lógica; e em terceira, e última fase, a cultura é uma amálgama de códigos e uma troca entre várias estruturas e sistemas. Isto resume a cultura “como um sistema complexo e relativamente coerente de significados, normas e valores que orientam a ação social* (Crespi, apud em Ferin, 2002, p. 43).

Ainda existe outra concepção desenvolvida por diversos autores na Europa e nos Estados Unidos da América na década de 40 que consideram que “*...o sistema não é uma unidade objectivamente dada, mas o resultado selectivo das operações colocadas em acto*

*pele observador a partir dos seus interesses cognitivos e dos seus pressupostos teóricos, determinados por formas culturais”* (Ferin, 2002, p. 46). Quando se fala de sistema, fala-se de um sistema social e este sistema vai erguer-se precisamente com a explosão da Segunda Revolução industrial.

## **2. Cultura de massa**

Até aqui temos a perfeita noção que a cultura é um termo ambíguo e multifacetado que encaixava em diferentes disciplinas e que sempre será um termo sobre o qual podemos passar uma vida a dissertar, mas uma vez encaixada a questão da Segunda Revolução Industrial, pensar a cultura como uma filosofia e como uma ‘coisa’ de elite fica, não só aquém, como também não se encaixa nos padrões de uma sociedade que evoluciona mais rápido do que os próprios indivíduos em si.

Este acontecimento trouxe as transformações necessárias para massificar a cultura, nascendo então o termo de ‘Cultura de massas’. Uma vez sobre passada a barreira da cultura como uma questão de classe, e aos olhos dos teóricos, a ‘cultura de massas’ se configura como uma ideia castradora de indivíduos e as suas individualidades. Numa frase, a cultura de massas é uma alienação dos indivíduos a uma forma de ser e de saber autoimposto dentro de uma mesma sociedade, perdendo qualquer autonomia e capacidade de livre arbítrio.

Se teoricamente esta foi a ideia concebida, na prática a mesma alienada a Segunda Revolução Industrial proporcionou à sociedade a capacidade de transformar e mercantilizar tudo o que fosse considerado cultura. Noutras palavras, a revolução disponibilizou os meios para tornar ‘vulgar’ aquilo que até então era considerado um luxo que uma determinada minoria tinha acesso. McLuhan explicou parte desta ideia com o seu conceito de aldeia globalizada e cultura globalizada.

Os objetos culturais deixam de ser inalcançáveis e intocáveis e passam a ser concebidos por métodos de seriação massiva e reprodução rápida. Transformam-se literalmente em produtos indiferenciados e prontos a consumir.

Este desenvolvimento leva-nos à construção de uma sociedade que não se limita a ver e viver, mas que produz conteúdo incansavelmente. João Teixeira Lopes (2000), no seu livro *A cidade e a cultura – um estudo sobre práticas culturais* vai ao encontro desta

afirmação quando diz “... a crítica à ‘cultura de massa’ passa, inevitavelmente, pela constatação da existência de um homem médio, normalizado e em perfeita continuidade com os seus semelhantes: “A indústria da cultura de massas reifica o homem num “anthropos” universal, medíocre e médio, passivo, voyeur, criado pelo seu próprio mercado”. Por outras palavras, assistir-se-ia, supostamente, “à dissolução das clivagens classistas, regionais, sexuais, étnicas, etc., pela força do consumo nivelador, baseado no mínimo denominador comum dos gostos e atitudes” (Lopes, 2000, p. 22).

Em relação aos conteúdos que podem abarcar qualquer área sempre e quando seja possível a mercantilização. As artes tornam-se dos conteúdos mais importantes e este o ‘miolo’ da cultura de massa passa a denominar-se Industria Cultural.

### **3. Indústria cultural**

Segundo Lopes (2000) Adorno e Horkheimer são os autores que introduzem a teoria crítica mais importante à cultura de massas através da Escola de Frankfurt demonstrando que o conceito de ‘Industria cultural’ é o termo mais apropriado, tendo em conta que o conteúdo que a cultura de massa passou a mercantilizar com mais força foram os produtos culturais.

*Adorno e Horkheimer utilizam, possivelmente pela primeira vez, a expressão ‘industria cultural’, considerando-a mais apropriada do que o conceito de ‘cultura de massas’ já que esta sugere que a cultura nasce espontaneamente das massas, proposição que categoricamente rejeitam. Por outro lado, apesar de muitos processos de produção não serem estritamente industriais, o conceito justifica-se pelo seu cariz de standardização e ainda pela racionalização das técnicas de distribuição* (Lopes, 2000, p. 20).

Para estes teóricos a mercantilização da cultura não se trata única e exclusivamente, de gerar ganhos económicos, mas também de distrair e entreter o público através da diminuição da qualidade e individualidade do artista, ou seja estandardiza-se a cultura ao ponto onde todos sem exceção percebam o conteúdo disponibilizado, mesmo que envolva um menosprezo de uma parte do público que possui uma cultura mais avançada. Estamos perante uma lógica meramente operativa e de entretenimento em que os indivíduos perdem a sua individualidade e tornam-se consumidores passivos e descontraídos.

Finalmente, podemos concluir que a diferença real entre a ‘Indústria cultural’ e ‘Cultura de massas’ prende-se diretamente com a ideia de que, em primeiro lugar, é uma indústria com fins económicos, e em segundo reafirma-se a ideia de que a cultura não provem das massas, mas é imposta às massas.

No entanto, há autores que rebatem esta ideia de “anticultura”, focando-se na perspectiva de serem capazes de produzir e fazer circular conteúdos com cargas simbólicas, rebatendo o negativismo e introduzindo a ideia dos meios de comunicação como ‘Indústrias culturais’, assunto que nos interessa abordar e ao qual vamos dedicar o próximo capítulo.

Em síntese e citando a definição da UNESCO as indústrias culturais permitem *“criação, produção e comercialização de conteúdos por natureza intangíveis e culturais, adicional valor individual e social aos conteúdos e baseiam-se em conhecimento e trabalho intensivo, criam emprego e riqueza, alimentam a criatividade e desenvolvem a inovação nos processos de produção e comercialização”* (Santos, 2007, p. 65).

#### **4. Teoria culturológica**

Todavia, Edgar Morin expõe uma teoria – a teoria Culturológica – que contraria algumas das ideias expostas anteriormente, desde logo porque a teoria culturológica apresenta a cultura de massa como uma cultura de necessidade, uma cultura criada para colmatar as necessidades (culturais) das pessoas, não exigindo bases para a sua perceção, é aquilo que é e é o suficiente para nós satisfazer.

O autor acredita que é errado tentar analisar a cultura de massas através dos *mass media* e atribui a esta visão um carácter de agente diluidor e encara a cultura de massas como uma amálgama de cultura, civilização e história. Portanto, lidamos com uma realidade “policultural” e se ao da definição concetual as incógnitas se mantêm, pelo menos com a teoria de Edgar Morin podemos perceber muitos dos valores da sociedade e por consequência dos valores dos meios de comunicação.

#### **5. Apocalípticos e Integrados: Umberto Eco**

Levando em consideração todos estes aspetos Umberto Eco (1991) sintetiza tudo o que até agora foi posto em tela de discussão na sua obra “*Apocalípticos e integrados*”, dividindo todas estas teorias em dois grupos bem definidos. Para Eco, os apocalípticos são todos aqueles que trabalharam estas teorias no seu ponto mais negativo, aqueles que como Adorno e Horkheimer acreditavam que a cultura de massas não era cultura, mas pelo contrário uma “anticultura” e, no segundo grupo, encontram-se os integrados, que tal como diz o próprio nome integram a ideia como uma perfeita e necessária evolução da cultura na sociedade.

Em resumo, ambas são necessárias para validar a própria teoria em si, pois “*nem mesmo o virtuoso, que, indignado com a natureza inumana desse universo da informação, transmite o próprio protesto através dos canais de comunicação de massa*” (Eco, 1984, p. 16).

Não podemos negar que, até aqui, a definição de cultura baseia-se num debate dicotómico sobre ‘cultura de massa’ e dos ‘media’ e, por isso, concretizamos uma definição de cultura como um conceito híbrido, em todas as suas fases: produção, reprodução e concretização.

## **6. Indústrias criativas**

Reunir todas estas teorias numa única que englobe tudo não só é impossível, como a subdivide ainda mais. Assim sendo, criou-se também o conceito de ‘Industria criativa’.

Comparando com a sua antecessora, indústria cultural, e citando a UNESCO:

*...as Indústrias criativas abarcam um conjunto mais amplo de actividades, incluindo não só as indústrias culturais como toda a produção artística ou cultural, como espectáculo e bens produzidos individualmente. Contêm um elemento artístico ou criativo substancial e por isso incluem sectores como a arquitectura ou publicidade* (Silva, 2011, p. 67).

Embora seja outro conceito que apresenta uma discussão dicotómica indefinida a verdade é que a valoração de outros sectores que não a cultural como criadores simbólicos traz à sociedade benefícios consideráveis sobretudo ao que a agenda económica se refere. Daniel Piza (2013) concorda e afirma que “... a arte em tempos industriais perdeu sua

*'aura', tornando-se produto para consumo, para consolo instantâneo, não mais para reflexão ou perturbação*" (Piza, 2013, p. 44).

Se por um lado a economia cresce, também a agenda mediática, uma vez que de uma maneira ou outra são sectores que crescem paralelamente, mas em dependência em alguns pontos. Por esta razão, o próprio conteúdo dos media fica influenciado e o jornalismo especializado vê-se obrigado a modificar, dando relevo ao jornalismo cultural e também às plataformas onde os media criam e publicitam os seus conteúdos, um assunto que iremos abordar nos próximos capítulos.

## **7. Noção moderna de Cultura**

Ainda sobre a evolução e definição da cultura criou-se uma ideia mais abrangente, uma noção moderna, pela mão de Abraham Moles (1974) que afirmou que *"ela só assumiu uma importância real a partir do dia em que os meios de comunicação a transformaram numa característica da sociedade – e também alavanca desta"* (Moles apud Ferin, 2002, p. 131) e define a sua teoria com o nome de 'Cultura-mosaico', justificando-a *"na medida em que se apresenta essencialmente aleatória, como uma reunião de fragmentos, por justaposição sem construção, sem pontos de referência, onde nenhuma ideia é forçosamente geral, mas onde muitas ideias são importantes"* (Moles apud Ferin, 2002, p. 131).

Este conceito continua vigente, uma vez é de mosaicos sociais e culturais que a sociedade é feita – *"No naufrágio que é a cultura, e é isso mesmo que ela é, cada um tem de se agarrar a tudo o que tem ao alcance, para poder continuar a agir"* (Miranda, 2002, p. 21).

## **8. Cibercultura**

Uma última questão relevante para o enquadramento teórico prende-se com a explosão da internet que veio tornar-se num meio de eleição da sociedade para ter acesso à cultura, um movimento ao qual Pierre Lévy (1999) dá o nome de *"cibercultur"* e para este teórico *"a cibercultura expressa uma mutação fundamental da própria essência da cultura"* (Lévy, 1999, p. 253).

Na sua obra intitulada *Cibercultura* debate importantes presupostos sobre o ciber espaço, a criação de laços sociais e outra série de questões relevantes que o conduzem à conclusão de que “ *a chave da cultura do futuro é o conceito de universal sem totalidade*” (Lévy, 1999, p. 253).

Assim, apesar do termo cultura passar de uma definição teórica e estática aplicada a umas quantas atividades lúdicas e literárias, para uma cultura aberta, expansiva e explosiva, não existe qualquer novidade em percebermos que ao incluir o ciberespaço e todo o seu mundo ilimitado e inesgotável que ele representa, a cultura passa a ser universal e para Lévy “*O ‘universal’ significa a presença virtual da humanidade em si mesma. O universal obriga o aqui e o agora da espécie, seu ponto de encontro, um aqui e agora paradoxal, sem lugar nem tempo claramente definidos*” (Lévy, 1999, p. 253).

Em virtude do que foi mencionado, percebemos que ela é intemporal e todas estas definições e teorias são importantes para compreender não só o meio onde estamos inseridos, como também o que constrói o nosso meio, o mundo da comunicação social e vice-versa.

## CAPÍTULO II – O JORNALISMO NA PERSPETIVA CULTURAL

Esta dissertação pretende discutir os conteúdos teóricos mais relevantes, daí que não tendo qualquer hipótese de reflexionar sobre o jornalismo de forma integral, iremos apenas tratar do jornalismo cultural e as questões que o constroem e definem como tal. Com isto, *“Desde os seus inícios, o jornalismo, foi uma produção para elevar o nível de conhecimento dos usuários, por isso não é arriscado afirmar que nasceu como um género cultural antes de ser classificado como género informativo”* (Pastoriza, 2014, p. 9, tradução nossa)

### 1. Jornalismo cultural

A especialização do jornalismo não apareceu por mero acaso, nasceu de um largo processo histórico onde a pressão política, económica e social muito influenciaram no seu processo e nasceu, também, da necessidade de comunicar determinadas informações de carácter mais específico que não se enquadravam de todo no chamado jornalismo generalista.

No entanto, para categorizar um texto jornalístico como especializado, não basta que possua um tema de uma secção específica (por exemplo, cultura, desporto, política, etc.), tem de cumprir alguns requisitos próprios como, por exemplo, uma metodologia de trabalho; documentação; fontes especializadas, credíveis e variadas; uma contextualização e, por último, uma interpretação que seja capaz de captar a essência sem vulgarizar nem empobrecer o seu carácter informativo.

Assim sendo, e seguindo a ideia anterior, o jornalismo cultural é:

*“uma área de especialização que se realiza, globalmente, com as mesmas circunstâncias e critérios do jornalismo geral, que é influenciada pela evolução económica e política do país, que tem, no geral, os mesmos critérios de noticiabilidade, a que se juntam algumas especificidades”*  
(Silva, 2011, p. 71).

Para Jorge Rivera (2003), o jornalismo cultural é:

*uma zona muito complexa e heterogénea de meios, géneros e produtos que abordam com objetivos criativos, reprodutivos e informativos os terrenos das belas-artes, as ‘belas-letras’, as correntes de pensamento, as ciências sociais e humanas, a chamada cultura popular e muitos outros aspectos que têm a ver com produção, circulação e consumos de bens simbólicos, sem importar a sua origem e o seu destino (Rivera, 2003, p. 19)*

Nenhuma destas definições está errada ou deve ser encarada como uma definição totalizante, algo que simplesmente não existe e complica-se quando alguns indivíduos optam por classificar o jornalismo cultural pelos seus géneros discursivos, o lugar que ocupam no jornal e, também, pelos formatos em que estes são feitos.

Além disto, existe o eterno clichê de que o jornalismo cultural é apenas aquela pequena revista que acompanhava os jornais ao fim de semana com temas que preenchiam a nossa lacuna cultural, ou, aquela peça jornalística com final feliz com que fechavam o telejornal e sendo esta a ideia frequente o jornalista cultural como profissional é visto como pouco importante e até entediante. Poucos percebem e atribuem valor a um profissional que está encarregue de desmitificar e desdobrar a realidade sociocultural que nos permite encaixar como indivíduos funcionais dentro da sociedade.

Daniel Piza (2013) reflete sobre esta questão na sua obra *Jornalismo Cultural (Ibidem)* e afirma que “*seu papel, como já dito, nunca foi o de apenas anunciar e comentar as obras lançadas nas sete artes, mas também refletir (sobre) o comportamento, os novos hábitos sociais, os contatos com a realidade político-económica da qual a cultura é parte ao mesmo tempo integrante e autónoma*” (Piza, 2013, p. 57).

Por estas razões, atribuímos a estes jornalistas o caráter de ‘multifunções’ ou, por outras palavras, poderíamos chamá-los de ‘multifacetados’, apesar d que qualquer jornalista precisa de saber ‘de tudo um pouco’, pelo menos o suficiente para ser capaz de realizar o seu trabalho, mas para o jornalista cultural os conhecimentos nunca são suficientes, tendo em conta que uma peça não se faz simplesmente com algumas perguntas que respondem com o acontecimento, é preciso ter uma bagagem cultural e informativa muito vasta e atualizada. Por isso, o jornalista tem de cumprir determinadas especificidades que, muitas vezes, ficam aquém das nossas noções: em primeiro lugar, é preciso saber o que é essencial dentro dos conteúdos; escolher os factos pertinentemente:

não só os mais interessantes, mas também os mais característicos e diferenciados, sem cair na vulgarização, em opiniões alheias ou no tédio que impeça ao leitor de continuar, ou seja precisa de uma criatividade enorme para ser bem-sucedido no seu lugar de mediador cultural; em segundo lugar, a sua dupla função cultural exerce uma pressão constante para fazer destes conteúdos espaços rentáveis dentro da indústria cultural e criativa que o jornalismo se tornou. “*O jornalismo cultural é também uma fonte de criação de capital e é, em si mesmo, capital objetivado*” (Rivera, 2003 apud Silva, 2011, p. 74); em terceiro, e último lugar, todos os seus géneros permitem uma linguagem mais relaxada, mais opinativa e/ou crítica, mas isto não é sinónimo de pouca objetividade ou normatividade. Estes indivíduos têm a responsabilidade de levar o fio condutor da peça de forma clara e concisa de modo a que, o leitor, consiga discernir dentro dos conteúdos quando se trata da visão do jornalista e quando se trata da obra.

Os géneros permitidos dentro do jornalismo cultural vão desde as biografias, até as necrologias; embarcam na crítica e estendem-se até à opinião; das reportagens as entrevistas existe uma panóplia variada. “*Nestes últimos anos apareceram novos géneros e subgéneros que são difíceis de classificar dentro do jornalismo informativo...*” (Pastoriza, 2014, p. 104, tradução nossa), mas se há um género que nenhum tipo de jornalismo menospreza é a notícia, um género de consumo fácil e rápido que contribui diariamente para o seu sustento dos diversos campos jornalísticos.

## **2. A notícia como género jornalístico de excelência na cultura**

Pelo facto mencionado anteriormente e pela relevância que este género representa para o estudo caso importa-nos perceber o que é e como se constroem.

Tendo em conta que a notícia é um género construído pelo jornalista não podemos nunca esquecer o facto que a construção é feita através das escolhas e capacidades de um indivíduo e de um *media*, e, como escolha, não é o reflexo puro da realidade, mas sim algo que é socialmente imposto.

*O facto de as necessidades de acontecimentos dos responsáveis pela montagem ajudarem a formar acontecimentos públicos dá a entender a importância das actividades organizacionais através das quais a notícia é produzida. A natureza dos media, enquanto organização formal, enquanto*

*rotinas de trabalho nas salas de redacção, enquanto padrões de mobilidade profissional para um grupo de profissionais, enquanto instituições de criação de lucros, está inextricável e reflexivamente ligada ao conteúdo das notícias publicadas* (Tuchman, 1972 *apud* Traquinas, 1999, p. 40).

Edward Epstein (1973) expõe teorias que consideram as notícias como espelhos da realidade e através do exemplo da edição de uma imagem admite que “*Quando se edita uma imagem acrescentando som, narração e efeitos especiais, o processo de construção da realidade fique completo*” (Epstein *apud* Ribeiro, 2016, p. 19). Posteriormente, em 1976, David Altheide corrobora com estas teorias afirmando que as notícias mesmo que nos levem a acreditar na sua pureza como “*‘espelho da realidade’, não constituem nada mais de que a apresentação de ‘factos de alguém’*” (Altheide 1976 *apud* Ribeiro, 2016, p. 19).

Não sendo a ideia listar todos os teóricos que complementam esta ideia importa-nos dar relevância à ideia de Michael Schudson que é, pelos menos neste caso, um dos autores mais importantes em relação à construção noticiosa cultural e para Schudson (1988) existem três categorias – a acção pessoal, a acção social e cultural – que explicam o facto das notícias serem como são:

*Em conformidade com a acção pessoal as notícias são vistas como um produto das pessoas e das suas intenções; a acção social dá ênfase ao papel das organizações (vistas como mais do que a soma das pessoas que a constituem) e dos seus constrangimentos na conformação da notícia; a acção cultural perspectiva as notícias como um produto de cultura e dos limites do que é culturalmente concebível no seio desse cultura: isto é, uma dada sociedade, num determinado momentos, só consegue produzir uma determinada classe de notícias* (Schudson, 1988 *apud* Sousa, 2000, p. 40).

E, apesar destas questões serem fulcrais na construção noticiosa, não são suficientes para perceber as escolhas, sobretudo no que a acção social diz respeito.

### **3. Teorias que fundamentam as escolhas noticiosas do jornalismo cultural**

Para Traquina (1999), “*Os jornalistas, como membros de uma cultura específica, constroem as notícias segundo uma ‘gramática da cultura’; as notícias constituem uma narrativa representativa da cultura. Assim, as notícias ajudam-nos a compreender os valores e os símbolos com significado numa determinada cultura*” (Traquina, 1999, p. 252).

Uma vez considerado o público como massa (culturalmente falando) e os *media* como organizações sociais convém rever as teorias que influenciam o processamento das ideias que alteram os comportamentos e as escolhas dos mesmos, que nos permite perceber porque os *media* fazem determinadas escolhas de conteúdos, assim como o porquê da sociedade consumir determinados conteúdos.

A teoria do *Gatekeeping* é das primeiras consagradas mundo dos *media* sobre a definição da agenda noticiosa e foi desenvolvida inicialmente pelo Kurt Lewis, em 1947, mas aplicada no âmbito jornalístico por David White, em 1950, baseando-se na procura das razões pelas quais se desenvolvia a cobertura de determinados acontecimentos em detrimento de outros o que nos permite perceber qual é o processo de seleção e, por isso, podemos afirmar que abandona-se a importância dada às escolhas individuais e dá-se ênfase às escolhas organizacionais (redações). Assim sendo, “*o carácter individual da actividade do gatekeeper é ultrapassado, acentuando-se, em particular, a ideia de seleção como processo hierarquicamente ordenado e ligado a uma rede complexa de feed-back*” (Wolf, 1999, p. 78).

Recuando um pouco no tempo, Walter Lippman (1922) desenvolveu o conceito de “manufatura de consenso” que se relacionava com a propaganda e as suas questões persuasivas e colocava relevância a nível da transmissão dos conteúdos informativos e este conceito é um dos primeiros passos para perceber algumas das teorias da comunicação e resumia-se a demonstrar que “*... o poder não estava na limitação coerciva do cidadão, mas sim na livre obediência a uma conformada opinião pública*” (Ribeiro V. , 2016, p. 11) .

Esta ideia ganha adeptos como Harnold Laswell (1927) que, aplicando o conceito de ‘manufatura de consenso’ no estudo da propaganda do governo dos EUA, acreditava no efeito direto que os *mass media* produziram nas pessoas, um efeito que denominou de ‘agulha hipodérmica’ (Ribeiro V. , 2016, p. 12).

Contrariando esta teoria nasce a teoria dos efeitos limitados que se consolida pelas mãos de Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1965) que, através do estudo que realizaram na campanha presidencial de 1940, concluíram que não são os *media* que ditam ou alteram comportamentos, já que “os media tinham, pois, efeitos limitados” (Ribeiro V. , 2016, p. 13). E, no período em que desenvolver este estudo, uma época politicamente ativa, e sociologicamente interessante, os teóricos aproveitaram os acontecimentos para continuar os estudos do alcance e efeitos dos *media* e tendo por base mais acontecimentos políticos e também algumas das ideias de Park (1939), Lang e Lang (1955) e Cohen (1963) congrega-se a teoria do *Agenda-setting*.

A Teoria da *Agenda-setting* não define os *media* como agentes repressivos ou persuasores do público que consome o seu conteúdo, pelo contrário McCombs e Shaw (1972) apresentam esta teoria como um empréstimo de conteúdo. Shaw (1979), acredita que os efeitos não são propriamente espontâneos mas sim diretos, mesmo quando “.. *essa influência se inscreve no domínio das cognições, dos conhecimentos e não das atitudes*” (Sousa J. , 2000, p. 165). O efeito social é autoimposto pelos consumidores pelo que “*as pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo*” (Shaw 1979 *apud* Wolf, 1999, p. 62).

É este mesmo efeito social que, em 1973, dá lugar a teoria da espiral do silêncio. Desenvolvida por Noell-Neuman (1977 [1973]) contraria-se uma vez mais os efeitos limitados dos *media* e analisa os seus efeitos como um ‘processo em espiral’ que descreve um ‘mecanismo psicológico’ (Noell-Neuman 1977 *apud* Sousa J. , 2000, pp. 177-178). Em síntese, “*...é um processo em espiral que incita aos indivíduos a perceber as mudanças de opinião e a segui-las até que uma opinião se estabelece como a atitude prevalecente, enquanto que as outras opiniões são rejeitadas ou evitadas por todos*” (Sousa J. , 2000, pp. 177-178).

De encontro a esta teoria encontramos a teoria da tematização (1978) anunciada por Niklas Luhman (1978) que “*... pretende traduzir o processo de definição, estabelecimento e reconhecimento público dos grandes temas através da comunicação social*” (Sousa J. , 2000, p. 173), uma ideia visa apenas uma exposição temática e não a criação de uma opinião.

Uma vez considerada a hipótese dos *media* como definidores temáticos e não só, Ball-Rokeach e DeFleur (1979) trazem o presuposto de que as pessoas perdem a sua capacidade crítica e analítica e passam a preocupar-se unicamente com o consumo – uma teoria denominada de teoria da dependência assume os *media* como “... *lubrificantes do sistema e o seu consumo decorre da dependência que as pessoas têm da compreensão delas próprias e do meio onde estão inseridas, da orientação para votar, comprar e interagir com o meio e do convívio com os outros membros da sociedade*” (DeFleur & Ball-Rokeach 1979 *apud* Ribeiro V. , 2016, p. 16).

Por último, ergue-se uma das mais recentes teorias a ser consolidada: a Teoria da construção social da realidade por Peter Berger e Thomas Luckman (1999) e no prisma desta teoria encontra-se uma construção social que consolida-se a partir das práticas individuais e coletivas, sendo os meios de comunicação os principais fornecedores das informações relativas às escolhas – “*Em virtude dos papéis que desempenha, o indivíduo é introduzido em áreas específicas do conhecimento socialmente objetivado, não somente no sentido cognoscitivo estreito, mas também no sentido do ‘conhecimento’ de normas, valores e mesmo emoções*” (Berger & Luckman, 2004, p. 106).

#### **4. Outros critérios de noticiabilidade: *Newsmaking* e os valores-notícia do jornalismo cultural**

Ademais das teorias anteriormente descritas desenvolveram-se outros critérios de noticiabilidade que balizam, ainda mais, as escolhas feitas pelos *media* e seus profissionais.

Utilizando o modelo do *Gatekeeping* como base, desenvolve-se a Teoria do *Newsmaking* por Mauro Wolf (1999 [1985]) que se “... *articula, principalmente, dentro de dois limites: a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos*” (Wolf, 1999, p. 82), duas limitações que criam uma espécie de requisitos que as notícias, como acontecimento, precisam de cumprir para tornarem-se material plausível para comunicar às massas.

Os requisitos que o *Newsmaking* sintetizou são chamados de critérios de noticiabilidade e são os critérios pelos quais os meios de comunicação atualmente constroem as notícias. Assim sendo, é considerado como tal “*o conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de*

*escolher, quotidianamente, de entre um número imprevisível e indefinido de factos, uma quantidade finita e tendencialmente estável das notícias” (Wolf, 1999, p. 83).*

Os elementos misturam critérios de índole individual, social, ideológica e cultural e são chamados de *valores-notícia*. “*Os jornalistas fazem uso de valores- notícia, regras e fórmulas que lhes permitem, em cada circunstância, completar o seu trabalho, ‘enchendo o esqueleto com carne’” (Traquina, 1999, p. 252).* De forma consciente ou inconsciente os ditos ‘esqueletos’ são reproduzidos até a exaustão, criando a estandardização mediática ditando, não só a criação como a forma de consumo dos mesmos.

Assim como nos géneros há valores-notícia mais propensos a utilização por parte do jornalismo cultural:

- Fontes: a diferença dos outros tipos de jornalismo é pelas fontes que o jornalismo cultural é feito. Algumas fontes procuram visibilidade para se posicionar no topo, por isso dependem, quase exclusivamente da exposição mediática que recebem. Desta necessidade os *media* acabam por se nutrir desta relação e passam a depender igualmente delas e considera-se como fontes às indústrias culturais, criativas e instituições públicas.
- Novidade: relacionado com o valor-notícia anterior, a novidade depende das fontes, mais especificamente dos produtos que tencionam comercializar, exceto quando se trata de um conteúdo criado pelo próprio meio;
- Utilidade e proximidade: são dois dos mais caraterísticos do jornalismo cultural pois é com base nele que são contruídas a maior parte das notícias e identificamo-las nas agendas culturais e calendarização das atividades lúdicas disponíveis;
- Conflito e raridade: são dois valores-notícia que se encontram entrelaçados. Ambos prendem-se, muitas das vezes, com os autores e não com um conteúdo cultural. Se bem pode existir raridade numa notícia sem existir conflito, não existe conflito sem entrar em discussão a raridade;
- A emotividade e a dramatização: são cada vez mais banais para qualquer área do jornalismo. As peças, independentemente da área e do meio são criadas com base em efeitos de imagem e som para atingir o sentimentalismo das massas e aumentar exponencialmente as vendas, mesmo não sendo esse o foco da questão;

- Atualidade: é o valor-notícia mais flexível. No jornalismo cultural, os conteúdos são recapitulações históricas nos seus mais variados pontos de vista.

### **CAPÍTULO III – O JORNALISMO CULTURAL NO MUNDO *ONLINE***

O jornalismo é uma profissão que exige do indivíduo conhecimentos, capacidades e sobretudo uma adaptação constante, tendo em conta as pressões exercidas que exigem que a profissão se reinvente todos os dias dando lugar a novas, e mais específicas, formas de o fazer.

No que ao jornalismo cultural respeita:

*... a emergência da internet possibilitou a redefinição de diretrizes editoriais e ampliação da definição de jornalismo cultural, já que a diversidade de conteúdos culturais presentes em diversos sites, com milhares de visitantes, despertou a atenção dos editores para darem algo 'novo' (Silva, 2011, pp. 95-96).*

De tudo o que foi explicado até agora falta apenas percebermos a questão do jornalismo *online*. O conteúdo analisado no estudo caso encontra-se nesta plataforma e como tal, devemos ser capazes de perceber as suas particularidades e as suas limitações.

#### **1. Uma questão de definição: Ciberjornalismo**

Assim sendo, “*A assimilação do jornalismo online implica, acima de tudo, uma nova mentalidade relativamente ao papel da telemática da prática jornalística*” (Bastos 2000: 103).

Não é por acaso que “*à semelhança do que acontece com a literatura em língua inglesa, também os autores em língua portuguesa se têm dividido entre 'jornais online', 'jornais digitais', 'ciberjornais' e 'webjornais' para designar uma mesma realidade, ainda que, nalguns casos, com algum grau de distinção entre eles*” (Zamith, 2008, p. 18).

Na obra *Ciberjornalismo. As potencialidades da Internet nos sites noticiosos portugueses* Fernando Zamith (2008), debate-se sobre esta questão: “*a designação 'jornalismo online' tem sido atribuída por alguns autores ao jornalismo assistido por computador com base na internet (Bastos, 2000) ou à mera transposição de conteúdos do médium original, também designado por shovelware (Barbosa, 2002; Canavilhas, 2001)*” (Bastos (2000), Barbosa (2002), Canavilhas (2001) *apud* Zamith, 2008, p. 18).

Continua com “A expressão ‘webjornalismo’, defendida por Canavilhas (2001), pode remeter para a ideia de um jornalismo limitado à World Wide Web (não abrangendo redes conexas), pelo que me parece mais apropriado falar de jornalismo digital ou ciberjornalismo, e, por extensão, em jornais digitais ou ciberjornais. O ciberjornal é, assim, a publicação no ciberespaço onde se difundem conteúdos jornalísticos” (Canavilhas (2001) apud Zamith 2008: 18).

Helder Bastos (2010) também nos advertiu que “até a própria consagração de um ‘ciberjornalismo’ em quanto ramo autónomo, de alguma maneira distinguível do jornalismo tradicional, não reúne ainda consenso, quer entre académicos quer no seio de profissionais do setor. Para alguns, não faz se quer sentido a distinção entre jornalismo e ciberjornalismo, pois, é argumentado, tudo não passa de jornalismo” (Bastos, 2010, p. 11).

Na discussão sobre o termo mais adequado, se bem ainda não se reúnem as hipóteses de forma consensual, não implica que não haja uma ideia mais ou menos estabelecida para denominar este tipo de jornalismo. Os traços que o reconhece como diferente concentram-se na forma e tempo de produção, assim como também, tempo e espaço de consumo dos seus conteúdos.

Helder Bastos (2010) dá-nos algumas luzes sobre o assunto em “Origens e evolução do Ciberjornalismo em Portugal” (2010). “Em termos genéricos, por ciberjornalismo deve entender-se o jornalismo produzido para publicações na web por profissionais destacados para trabalhar, tendencialmente em exclusivo, nessas mesmas publicações, em redacções digitais, que, por norma, têm um espaço próprio no interior das redacções tradicionais. No dia em que todas as redacções forem totalmente integradas, em que todos os jornalistas e ciberjornalistas trabalhem para as mesmas plataformas, utilizando as mesmas linguagens, e os mesmos recursos e operando as mesmas práticas, talvez deve de fazer sentido a distinção entre jornalismo e ciberjornalismo” (Bastos, 2010, p. 12).

Por outro lado, Zamith (2008) acredita que “entre vantagens e desvantagens são muitas as áreas em que a Internet se distingue dos meios tradicionais, o que acentua a necessidade de se procurar produzir um novo tipo de jornalismo, adequado ao meio e tirando partido das suas potencialidades” (Zamith, 2008, p. 23). É por tanta controversa

em torno a sua tentativa de encaixe num conceito e tipo específico que se mantém em aberta a discussão.

Assim, deve ter-se mais preocupação com a forma de exercer o jornalismo, indispensável no dia-a-dia da nossa sociedade, ademais, “*Se, retomando o conceito de mediamorfose de Roger Fidler, aplicarmos ao jornalismo os princípios de co-evolução e coexistência, que têm presidido à própria evolução dos media, teremos que as novas formas de jornalismo online não substituirão as tradicionais: ambas tenderão a coexistir, moldando-se e transformando-se, mutua e interactivamente, ao longo do tempo*” (Bastos, 2000, p. 385).

## **2. Especificações do ciberjornalismo**

Interessa refletir um pouco sobre as características do ciberjornalismo para perceber como se processa pois, embora seja tudo jornalismo nem tudo pode ser analisado nas mesmas condições.

“*Um dos maiores desafios dos jornais e os jornalistas será tornar o oceano de informações armazenadas digitalmente em algo interessante e pertinente para os leitores*” (Bastos, 2000, p. 119) e é com base nesta ideia que o ciberjornalismo funciona, nesta diferença tão marcada em relação a outros *media* que exigem características próprias ademais daquelas que obrigatoriamente deve respeitar em termos de profissão.

Um das principais características têm a ver com a disposição do conteúdo e a interação do público com esse mesmo conteúdo. Nesse sentido, o jornalismo tradicional estrutura os seus conteúdos de forma linear e quando se fala de estrutura referimo-nos a narrativa. Existe um início, um desenvolvimento e o fim sem possibilidades de grandes saltos, é uma estrutura fixa, contrariamente ao que acontece na esfera digital, na internet, onde é possível construir essa narrativa de uma forma mais personalizada e fazer saltos entre páginas, sejam eles grandes ou pequenos.

Mas deve-se ter atenção a certos constrangimentos que este *médium* apresenta, como por exemplo, a capacidade do ecrã onde se visualizam os ditos conteúdos, embora os ecrãs variem muitíssimo de tamanho, Hélder Bastos (2000) já fazia referência a esse tal constrangimento ao citar Oppenheimer (1996) onde “*salienta que uma das maiores ironias da publicação online reside no facto de, apesar de haver espaço ilimitado para*

*preencher com informação, o utilizador médio mostra-se pouco predisposto a longas leituras preferindo uma gratificação mais imediata através de notícias curtas e concisas”* (Oppenheimer 1996 *apud* Bastos, 2000, pp. 55-56).

No seguimento do mesmo constrangimento, se assim quisermos chamar, encontramos uma das diferenças mais berrantes: *“O leitor de um jornal pode folhear o papel conforme o seu agrado, sem perder a noção da totalidade do suporte que está a manusear”,* enquanto *“na imprensa digital, graças as hiperligações, a progressão na leitura faz-se etapa a etapa, aleatoriamente, e o retorno nem sempre é fácil”* (Bastos, 2000, p. 146).

Isto não parece ter grande importância na maioria das pessoas em pleno séc. XXI, já que todos conhecem e usam internet, mas a verdade não é de todo essa e nem todos têm a mesma facilidade nem o mesmo à vontade, podendo dar lugar a problemas comunicacionais. Ademais, convém entender que *“(…) o perfil e as exigências dos leitores de jornais digitais diferem do perfil e exigências dos leitores dos jornais impressos. O leitor online tende a ser impaciente, menos enraizado na comunidade e mais interessado em noticiário personalizado em certas categorias específicas”* (Correia *apud* Bastos, 2000, p. 53).

Esta é uma realidade incómoda pois tem-se vindo a aprofundar cada vez mais nestes meios e é exatamente esta impaciência que obriga os profissionais da área a quebrar determinadas regras do bom jornalismo para conseguir atingir números – *“Dominar de forma satisfatória o novo meio em termos jornalísticos requer que o jornalista conheça bem a sua audiência, a forma como ela pensa e reage”* (Bastos, 2000, p. 55).

Sabemos que, uma das principais preocupações de um jornalista é conseguir fazer chegar uma informação de forma simples e clara até ao seu público e o culto da instantaneidade não só o jornalismo tradicional se alterou, como também o fez o ciberjornalismo, algo que prejudicou seriamente a profissão.

Devemos ter em conta que esta impaciência não só alterou e continua a alterar a profissão como toda a sociedade, transformando-a numa sociedade que aceita e promove qualquer coisa no lugar de conteúdo. Este culto não deixa tempo nem espaço para aprofundar, pelo que *“(…) a sobrevalorização do design, do podcast, do feed, do widget, do mobile, do blogue convidado, da foto ou vídeo do leitor, da rede social, serviu não poucas vezes, para mascarar a ausência de produção ciberjornalística pertinente e de qualidade”* (Bastos, 2010, p. 88).

Os jornalismo emergentes adquirem esta característica de conteúdos auto-consumíveis e adotam uma escrita mais ligeira como fator de definição “(...) *a passagem para o ecrã necessita de uma escrita menos literária, mais próxima da oralidade. As frases devem ser curtas e importa procurar um vocabulário simples, mas imagético. As redes têm uma dimensão internacional, as palavras devem poder prestar-se facilmente a tradução*” (Guerin *apud* Bastos, 2000, p. 146).

Mesmo com algumas mudanças que comportam muitas reviravoltas no jornalismo, Hélder Bastos (2000) afirma que existem quatro vantagens principais (mais vincadas) e que supervalorizam este tipo de jornalismo e são: reutilizabilidade, interatividade, recuperabilidade e virtualidade.

1. A reutilizabilidade, citando Codina, Bastos (2000) refere-se à possibilidade de editar, modificar, reutilizar ou guardar sem grandes problemas ou constrangimentos os conteúdos que se encontram *online*;
2. A interatividade, já mencionada anteriormente, engloba nesta vantagem tanto a possibilidade de criar o próprio percurso, como interagir com outros indivíduos e até a criação de conteúdo;
3. Recuperabilidade ou aleatoriedade têm a ver com a facilidade em pesquisar os conteúdos e encontrá-los num tempo muito insignificante dado ao fluxo e a quantidade da informação disponível em Internet;
4. A virtualidade prende-se com o facto de ser fácil mover bits com um *click* e um dispositivo minúsculo, do que mover, guardar ou trabalhar com folhas, livros e jornais. Ademais num oceano de conteúdos como este com um público ilimitado, a distribuição pode fazer-se em segundos e sem restrição geográfica.

Afinal de contas, convém ter atenção a todas estas grandes e pequenas mudanças e rever se as regras pelas quais se exerce a profissão são suficientes ou se as mesmas apesar de procurarem proteger o público, protegem, sobretudo, o jornalista em pleno exercício da sua profissão e este receio não deixa lugar a dúvidas de que “*a complexidade das questões éticas e legais exige, a prazo, a educação orientada para o uso da rede. De outro modo, os jornalistas correm o risco de se verem involuntariamente envolvidos em processos relativos a direitos de autor, difamação ou apropriação indevida*” (Bastos, 2000, p. 104).

Um dos conflitos existentes no ciberjornalismo dá-se enquanto a importância do jornalista como profissional, especificamente, na sua função de gatekeeper. O receio prende-se com a questão do uso da internet e a possibilidade das pessoas entrarem em contacto direto com fontes sem a necessidade e dependência de um jornalista para mediar a situação.

Em relação a isto “*Howard Rheingold defende que quanto mais material informativo existe no ciberespaço maior é a necessidade de haver filtros, mas são necessárias pessoas que saibam como cultivar fontes, verificar a informação e colocar a marca de legitimidade nela. ‘Toda a gente já tem demasiada informação, e brevemente teremos espaço para ainda mais informação. Conhecimento é informação necessária, de uma forma inteligível, na altura certa. Para isso, são necessárias pessoas, não base de dados. O processo de encontrar conhecimento é uma tarefa social, não uma tarefa técnica, especialmente na Net’*” (Rheingold apud Bastos, 2000, p. 383).

Por outro lado, Agostini citado por Bastos (2000) defende que, independentemente das técnicas, será sempre necessário haver profissionais para verificar as notícias e argumenta a sua opinião relembrando-nos que durante séculos o jornalismo foi evoluindo e adaptando-se às novas tecnologias e técnicas. “*O jornalismo multimédia tomará, portanto, o seu lugar ao lado dos jornalisimos tradicionais. O jornalismo do futuro será obra de cada media propondo a sua informação diferenciada. Em suma, é tempo de renunciar a essa entidade quase mitológica que chamamos jornalismo e admitir a existência de jornalisimos diferenciados em função dos públicos, dos conteúdos, das formas, dos modos de produção, de difusão e de consumo da informação*” (Agostini apud Bastos, 2000, p. 384).

Existem muitas mais controversas e assuntos que o ciberjornalismo ainda não tem definido, mas independentemente disso, a verdade é que “*raras vezes foi dado aos cibernédia e aos ciberjornalistas espaço para o desenvolvimento de uma identidade própria que viabilizasse a assunção de alguns papéis tradicionais do jornalismo, a saber, investigar, cultivar fontes próprias, vigiar poderes instituídos, influir na opinião pública, proporcionar análise e interpretação sobre questões complexas, etc.*” (Bastos, 2010, p. 88).

Este é o derradeiro problema do ciberjornalismo. Não tem a ver com o profissionalismo ou a falta dele em cada indivíduo que exerce a profissão, relaciona-se

mais a ver com a questão de que *“Os ciberjornalistas empregaram boa parte do seu tempo ou na adaptação de conteúdos produzidos por outros profissionais, internos ou externos às suas empresas, ou noutra tipo de tarefas de pendor mais técnico ou rotineiro (moderação de fóruns e comentários, tratamento de fotos, resposta a emails dos ciberleitores, etc.)”* (Bastos, 2010, p. 85).

Em conclusão, na construção noticiosa dos ciberjornais e mesmo os jornais tradicionais no seu formato *online*, as *“regras clássicas como a da pirâmide invertida anglo-saxónica, a resposta aos clássicos quem, o quê, quando, como e onde, válidas nos jornais e nos meios audiovisuais noticiosos, chocam com os modos de consumo da informação do ciberespaço. Neste contexto, será necessário desenvolver novas técnicas jornalísticas”* (Bastos, 2000, p. 147).

Por tanto, podemos assumir que *“torna-se razoável acreditar que, os valores-notícia dos editores digitais venham a evoluir para uma certa divergência dos valores dos editores dos média tradicionais, na medida em que o trabalho no novo meio, a interacção com os utilizadores da rede e a consequente familiaridade com as culturas e linguagens do ciberespaço poderão encarregar-se de moldar novos valores-notícias”* (Bastos, 2000, p. 134).

### **3. Especificidades nas “ciber-notícias” portuguesas**

Pouco há a dizer sobre isto. A realidade não é só constrangedora, como também desilude, tendo por base que quem se dedica ao estudo deste género constata que *“Os cibermédia portugueses estiveram longe de explorar o enorme potencial de interatividade, hipertextualidade, multimedialidade, instantaneidade, memória e personalização permitida pelo novo médio. Além disso, as versões online dos média tradicionais portugueses reproduziram invariavelmente conteúdos e modelos decalcados das edições tradicionais”* (Bastos, 2010, p. 85). Fernando Zamith afirma exatamente o mesmo, *“Os ciberjornais portugueses têm sido pouco estudados”* e, por isso, deixa-nos uma advertência e uma sugestão de que *“(…) é relevante que sejam feitos mais estudos, quer para conhecer o estado em que se encontra o panorama português do ciberjornalismo quer para antever desenvolvimentos futuros”* (Zamith, 2008, p. 19).

De facto, o interesse aqui resume-se em mostrar grandes rasgos uma realidade jornalística que não devemos ignorar, não só como profissionais da área, mas também porque faz sentido para este trabalho e porque, infelizmente, assemelha-se ao jornalismo cultural que anteriormente foi abordado.

## **CAPÍTULO IV – RELATÓRIO DE ESTÁGIO**

### **1. Plano de estágio**

O estágio teve duração de três (3) meses e respeita o horário laboral diurno das 9h às 18h na Casa Barbot – Pelouro da Cultura da Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia.

Tendo em conta o curso e a variante, media e jornalismo, o plano de estágio definido foi o de assessoria de imprensa. Respeitando a seguinte estrutura:

- Adaptação à empresa;
- Conhecimento da zona, e atividades da mesma;
- Conhecimento das atividades a desenvolver;
- Assessoria de imprensa, e inserção nas restantes atividades relevantes para o efeito, com vista a aplicar os conceitos, procedimentos e conhecimentos adquiridos no Mestrado de Ciências da Comunicação.

### **2. Balanço da realidade e os trabalhos realizados**

O plano de estágio estabelecido de início previa apenas a execução de tarefas relacionadas com a assessoria de imprensa, porém tal não se veio a verificar, já que cumpri ao longo destes meses tarefas de cariz variado. Contudo, respeitou o decorrer normal de um estágio, entenda-se:

- Adaptação à atividade do Pelouro da Cultura e conhecimento da Casa Barbot como símbolo histórico e cultural;
- Conhecimento geográfico do Município de Vila Nova de Gaia, e do desenvolvimento cultural do mesmo;
- Inserção nas atividades diárias com o intuito de contribuir nos projetos culturais em desenvolvimento.

As atividades diárias, e as que implicaram um período mais alargado, tinham diferentes enfoques e propósitos. Segue a continuação a descrição de cada um deles:

- Panfleto informativo com o intuito de convidar os gaienses e turistas a visitar a casa Barbot como obra histórica e de arte;
- Pesquisa e reconhecimento de figuras públicas de Vila Nova de Gaia e para Vila Nova de Gaia, nas mais diversas áreas, dando ênfase a área cultural;

- Pesquisa, conhecimento e reconhecimento da Arte Nova presente na Casa Barbot, no Município de Vila Nova de Gaia, e mais propriamente, na zona Metropolitana do Porto;
- Organização, verificação e atualização dos contactos necessários para o decorrer normal das atividades culturais no Município de Vila Nova de Gaia;
- Relatórios de Eventos por equipamentos e por mês;
- A nível de eventos:
  - Presença na conferência de imprensa, que decorreu nas imediações do Pelouro da Cultura, do Evento “INDOURO FEST” 2015. Criação e publicação, em redes sociais, e “*a posteriori*”, do artigo referente ao evento em questão;
  - Presença na exposição “*Sob Guerra: no feminino: exposição evocativa do centenário da grande guerra 1914-1918 / 2014-2018*”, referente a comemoração do dia da mulher, no arquivo Municipal Sophia de Mello Breyner. Criação e publicação, em redes sociais, e “*a posteriori*”, do artigo referente ao evento em questão

## **CAPÍTULO V – ESTUDO CASO**

### **1. Apresentação e justificação do objeto de estudo**

Como já fizemos referência noutros capítulos desta dissertação, a cultura e a comunicação são duas disciplinas diferentes, mas indissociáveis entre si: não existe cultura sem comunicação ou vice-versa.

Após o estágio realizado na Casa Barbot apercebemo-nos de uma problemática, um tanto confusa, ligada exatamente à comunicação sobre a Casa Barbot e sobre a cultura que nela se faz, melhor dizendo, apercebemo-nos de uma espécie de invisibilidade, consciente e/ou inconsciente que paira sobre ela.

Por esta razão, pareceu-nos indicado colocar como objetivo principal a aferição da notoriedade da Casa Barbot não só como património histórico, mas também como Pelouro da Cultura da Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia. Tendo em conta o âmbito disciplinar em que se desenvolve este trabalho e, também, da melhor forma de abordar esta questão, consideramos importante analisar, por um lado, a opinião de figuras de elite e dos próprios gaienses, e por outro lado, analisar a projeção feita pelos meios de comunicação sobre ela.

Com o intuito de cumprir com o nosso objetivo e para conseguir abordar de forma competente todos os aspetos que o compõe, fez-se uma análise qualitativa e uma análise quantitativa. Dentro da análise qualitativa, escolhemos analisar a opinião dos profissionais através de entrevistas semiestruturadas de elite, e também, para perceber o grau de conhecimento de quem vive e trabalha em Vila Nova de Gaia, fez-se uma análise através de inquéritos de rua. A análise quantitativa foca-se numa análise de conteúdo da cobertura mediática feita sobre a Casa Barbot e, de modo a não se tornar confuso com um número exagerado de perspetivas e variantes, optou-se por seleccionar alguns jornais, nas suas versões *online* e tratar as notícias feitas entre os anos 2006 e 2016.

### **2. Enquadramento**

Convém fazer o enquadramento da Casa Barbot e da própria cidade de Vila Nova de Gaia para poder, posteriormente, realizar uma análise plena das questões relacionadas com o nosso objetivo.

## 2.1. Casa Barbot

Exemplo “vivo” da arte de uma época, não é por acaso que a Casa Barbot é hoje, em conjunto com outros espaços emblemáticos da cidade, um dos principais defensores e divulgadores da cultura e saber gaienses.

Inserida na Avenida da República, considerada uma das artérias principais, e a poucos metros dos Paços do Concelho, mais propriamente na freguesia de Santa Marinha, é uma casa que mistura história, arte, arquitetura e saberes, numa amálgama quase perfeita.

Atualmente e desde 1982 (conforme despacho governamental publicado em Diário de República I série, nº 47, de 25 de fevereiro de 1982) é considerada “monumento de interesse público” dadas as suas características e a sua riqueza arquitetónica. Assim sendo, transformou-se num porto de abrigo e de divulgação de debates, colóquios, seminários, exposições, pequenos concertos e *workshops* tendo como foco principal as produções de e para os gaienses. Assim, os grupos culturais e sociais, escolas, artesãos e pequenos artistas da cidade são regularmente convidados a mostrarem-se e a mostrar o que de melhor há em Vila Nova de Gaia.

Em 1904, a pedido do D. Bernardo Pinto Abrunhosa, o arquiteto Miguel Ventura Terra construiu uma moradia que foi conhecida durante muito tempo por Casa Barbot e que, atualmente, mantendo também esta referência, é reconhecida como Sede do Pelouro da Cultura, Património e Turismo do Município de Vila Nova de Gaia.

A casa assumiu o seu nome a consequência da sua penúltima proprietária, D. Ermelinda Barbot. Sendo algo misterioso e até confuso, pertenceu a maior parte do tempo a esta família, embora não de forma direta. Inicialmente, os registos dão conhecimento do imóvel como pertencendo a Adelino Augusto Campos (1911), logo passa a propriedade do vianense que ideou este projeto, D. Abrunhosa (1915) e inclusive esteve em mãos de um casal espanhol, Recaredo Romero Pérez e Angeles Nuets García.

Após este período, a casa passa para as mãos da família Barbot começando pelo D. Diogo Barbot (1944) que a compra com o intuito de oferecer à sua esposa e mantendo-se a partir daí na família sucede-se D. Ermelinda Barbot (1945), referida anteriormente como a dadora do bom nome do imóvel, de seguida, e como última do clã como proprietária, D. Zaida Barbot.

Acaba então a ideia da edificação como “herança”. Passado algum tempo, e até os nossos dias, é adquirida pela Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia com o intuito de a manter e usar de forma a honrar o estabelecido pela Carta de Veneza.

Na altura, foi construída de maneira a cumprir as expectativas do proprietário, sempre com a ideia de prestígio e categoria social, embora misturando a modernidade e urbanismo do arquiteto Ventura. Durante a maior parte do tempo albergou famílias e toda a sua estrutura girou entorno das suas necessidades, embora sujeito a pequenas remodelações e adaptações, próprias do tempo e necessidade dos que dela se serviram, mantém a estrutura original.

Dando resposta ao ideal burguês da *Belle Èpoque* pretendido por D. Abrunhosa toda a moradia reflete tanto no exterior como no interior, o uso da *Arte Nova*, que não sendo típico da zona gaiense, permitiu desmarcar-se na época e que, ainda hoje, continua a ser distintivo na tipologia da cidade.

Fruto de um trabalho em equipa entre alguns anónimos, destacando-se o escultor Alves de Sousa, o mestre estucador Baganha e, ainda, o professor de pintura Veloso Salgado (responsável pela decoração de algumas divisões) inspiraram-se em elementos neoclássicos, que se assemelha mais ao gosto árabe e oriental para ornamentar as colunas, capitéis, medalhões e azulejos, dando todo este espírito eclético ao imóvel, através de motivos florais e zoomórficos, dos nus femininos e da Natureza em geral.

Tendo o intuito de enriquecer Vila Nova de Gaia, a todos os níveis, e não ficar alheia a quem nela vive ou por ela passa, o seu entorno sofreu pequenas alterações para facilitar a integração no panorama da cidade, pelo que embora mantenha a estrutura inicial com uma cave e dois pisos, foi eliminada a barreira visual existente na Praça do General Torres. Assim sendo, os jardins não só enfeitam ambas edificações, como também, torna-se uma espécie de praceta que funciona como ponte de ligação entre um passado e futuro, com utilidade para o presente.

Deixa também a descoberto o restante espaço circundante da casa: bancos em forma de tronco de árvore, a estufa, o lago, a gruta artificial, o mirante e a garagem e ademais permite apreciar, ao longe, a beleza exterior. A fachada virada para a avenida apresenta duas varandas sobrepostas de composição conjunta. No ângulo, encontra-se uma outra varanda em consola, de planta circular, com uma espécie de baldaquino em forma de bolbo, que corresponde, no piso térreo, a um duplo arco. A outra fachada destaca-se pelo

terraço superior, com cobertura hexagonal ao centro, cujo desenho se reflete no piso inferior, e escadaria exterior de acesso ao portal, protegida por cobertura de ferro. Esta cobertura em mansarda com óculos denota, uma vez mais, a influência francesa da segunda metade do século XIX, nomeadamente do Estilo Imperial de Napoleão III (c. 1852-1870).

Todas estas características que tencionaram ser distintivas e símbolo de prestígio, como o ferro e o vidro que enfeitam em grande parte a Casa Barbot, acabam em certa medida, por assemelhar-se a outros locais emblemáticos de interesse e lazer, como por exemplo o Café portuense “*A Brasileira*”. Não há dúvida que Vila Nova de Gaia, e toda a região, têm o prazer e o orgulho em mostrar a sua categoria e requinte sem perder a suas raízes nem a sua marca regional.

Se de algo podemos ter a certeza é que esta casa é verdadeiramente “*a conservação dos monumentos sempre favorecida pela sua utilização numa função útil*”, palavras que têm o intuito de vos dar a conhecer de uma forma teórica e resumida o que guardam estas paredes, mas vê-la e vive-la é, sem dúvida, uma experiência única e enriquecedora.

## **2.2. Vila Nova de Gaia**

Vila Nova de Gaia é um município que pertence a Área Metropolitana do Porto e é, também, o terceiro município mais populoso em Portugal, chegando a superar os 300.000 habitantes, está conformado por quinze freguesias que o separam do Porto, Gondomar, Espinho e Santa Maria da Feira.

Separada da cidade do Porto pelo Rio Douro, as suas ligações com a Cidade do Porto vão mais além das pontes e do metro. Atualmente é a cidade dormitório por excelência para os portugueses que trabalham no Porto ou cujas terras natais ficam nas redondezas, já que os custos de habitação são mais acessíveis e a diversificação de meios de transportes públicos ajudaram a construir esta realidade.

Vila Nova de Gaia também é conhecida, nacional e internacionalmente, pelo vinho do Porto, sobretudo pelos seus grandes armazéns à beira rio que ademais funcionam como destino turístico, tornando-a também apetecível para esta “*indústria*”. E, apostando cada vez mais nela, ademais da conhecida exploração da ribeira e do Rio Douro, existe um teleférico próprio.

Culturalmente é uma cidade bastante rica e diversificada e possui inúmeros eventos, como o Meo Marés Vivas que se realiza anualmente; artistas reconhecidos nacional e internacionalmente, como, por exemplo, Pedro Abrunhosa; monumentos de interesse, entre os mais conhecidos: Mosteiro de Grijó, a Casa Barbot, Convento Corpus Christi, Mosteiro da Serra do Pilar, Fábrica de Cerâmica das Devesas, entre outros.

### **3. Metodologia**

#### **3.1. Entrevistas de elite**

Optamos pela entrevista como metodologia inicial de pesquisa, pois além de ser um dos métodos de análise qualitativo por excelência nas Ciências Sociais, permitiu-nos abordar a perspectiva dos profissionais e interessam-nos não uma, senão as várias perspectivas profissionais, pois é com essa amálgama profissional de jornalistas, artistas e comunicadores, que se constrói a realidade da Casa Barbot e até a própria cultura na nossa sociedade.

Sendo um processo bastante pessoal, na maioria dos casos com contacto humano direto e se forem corretamente valorizados, *“estes processos permitem ao investigador retirar das entrevistas informações e elementos de reflexão muito ricos e matizados”* (Quivy & Campenhoudt, 2005, pp. 95-96).

Dentro das várias possibilidades de entrevistas, escolhemos a chamada entrevista semidiretivas ou semidirigida, tendo em conta que nos estudos sociais esta é a variante que melhor responde às questões que nos planteamos no nosso estudo-caso. Quivy & Campenhoudt (2005) nos explicam que a entrevista *“é semidirectiva no sentido em que não é inteiramente aberta ou encaminhada por um grande numero de perguntas precisas. Geralmente, o investigador dispõe de uma serie de perguntas-guias relativamente abertas, a propósito das quais é imperativo receber uma informação por parte do entrevistado”* (Ibid.: 96).

Assim sendo, este tipo de entrevista permite-nos realizar uma análise qualitativa importante, mas também deixam uma aberta para a reflexão individual e até pode vir a aportar ideias para outros estudos com uma abordagem diferente daquela escolhida pelos investigadores desta dissertação.

### **3.1.1. Definição da amostra**

Dada a natureza da nossa dissertação, a nossa amostra está fundamentada, maioritariamente, em profissionais da comunicação. De forma a abordar as diferentes perspetivas, também foram entrevistados artistas, assessores e elementos do Pelouro da Cultura da Câmara de Vila Nova de Gaia.

Dos comunicadores, escolhemos em primeiro lugar, jornalistas no ativo e cujo percurso tivesse alguma ligação e/ou conhecimento sobre cultura, Casa Barbot e Vila Nova de Gaia. Em segundo lugar, foram escolhidos da mesma forma assessores de imprensa e o seu contributo incluiu-se na secção de comunicadores. Estes elementos foram considerados importantes pois enriqueceram o nosso trabalho dado que, ademais de terem exercido anteriormente funções como jornalistas são profissionais que trabalham direta ou indiretamente na área da comunicação assim como também na câmara.

Dos elementos do Pelouro da Cultura da Câmara de Vila Nova de Gaia, escolhemos dois elementos no ativo que trabalham diretamente com a comunicação e a cultura da Câmara e cujas funções se desenvolviam a partir da Casa Barbot. O terceiro elemento foi o atual ex-vereador da Cultura pois achamos o seu contributo bastante relevante para o nosso trabalho.

### **3.1.2. Caracterização dos entrevistados**

Após a definição da nossa amostra, partimos para uma caracterização mais específica de cada um dos entrevistados e de forma a facilitar a leitura e manter uma ordem manteve-se a divisão por grupos: 1) artistas, 2) jornalistas 3) Casa Barbot e 4) Comunicadores.

Com tudo, convém referir que não é nosso objetivo fazer um levantamento biográfico exaustivo de cada um deles, apenas referir quem são e parte do seu percurso profissional que explique a relevância para o nosso trabalho.

Sem mais nenhuma questão para explicar, passamos a caracterização de cada um deles sob a forma de justificação:

#### **1) Artistas:**

- **Lourdes dos Anjos:** poeta e professora. Dos nomes mais reconhecidos no Porto na criação e divulgação de poesia; visitante assídua da Casa Barbot,

apresentou os seus livros e de outros autores, realizou inúmeros eventos de leitura dos seus poemas, poemas de outros poetas e foi elemento fundamental nas tertúlias da Casa Barbot. Ademais, participa em programas de rádio, escreve prefácios e apresenta livros, publica e colabora na organização de coletâneas e ainda redige para revistas e jornais;

- **Maria Rosas:** pintora. Licenciada em Ciências Históricas pela Universidade Portucalense; estudou Desenho e Pintura na Cooperativa Árvore com Aníbal Remo e Mário Bismarck; frequentou o curso de História da Arte Contemporânea com Fátima Lambert e o curso de Cerâmica e Azulejo com Sofia Beça. Frequentou o curso de Ilustração com Rui Sousa e além de ter apresentado o seu trabalho na Casa Barbot tem várias exposições individuais e coletivas a nível nacional e internacional, como por exemplo: Faculdade de Arquitetura U. P.; Museu do Carro Eléctrico; Orosoro Arte (Corunha); The Sketchbook Project (USA); Biblioteca de Gaia; Biblioteca Almeida Garrett; Galeria dos Leões; Museu Soares dos Reis; Mosteiro de Tibães; Museu da Bienal de Cerveira; Olga Santos Galeria; 1ª Bienal de Arte de Gaia; Davinci Art Gallery, entre outras;
- **Miguel Bandeirinhas:** Estudou Artes Visuais na Escola Artística de Soares dos Reis e dedica a sua vida ao fado - cantou junto de grandes vozes como: Lenita Gentil, António Pinto Basto, Pedro Galveias. Ademais de ter apresentado o seu trabalho na Casa Barbot em conjunto com outras artes, nomeadamente a poesia, participa em programas de Televisão e de Rádio. Também representou o fado fora de Portugal, nomeadamente na Alemanha, Espanha, Suíça;
- **Mónica Faverio:** artista plástica que trabalha a fusão do vidro, fez várias exposições na Casa Barbot, como por exemplo, o evento "*Efervescente*" (09 maio de 2014 ao 10 de junho de 2014). Formadora no Centro de Formação Profissional do Artesanato (CEARTE) em Coimbra e participou em vários projetos dentro e fora de Portugal, como por exemplo: em 2006 restaurou os vitrais do Palácio Sant'Anna, sede do Governo Regional dos Açores; 2006-2007 fez o restauro dos vitrais do Mosteiro da Batalha; 2013-2014 2015 participou na *EUNIQUE- International Fair for Applied Arts & Design*, integrada no projeto *Água\_Musa - Craft + Design +*

*Natureza*, promovido pela ADXTUR - Agência para o Desenvolvimento Turístico das Aldeias do Xisto, entre muitas outras;

## 2) Jornalistas:

- **Maria José Guedes:** assessora de imprensa é jornalista diretora do *Jornal entre as artes e as letras*. Licenciou-se em Filosofia pela Universidade do Porto e conta com uma vasta experiência no ramo da comunicação social. Seu percurso profissional passou pelos diferentes formatos, sejam privados ou públicos, entre eles: RTP, Radio Comercial, Porto Canal, vários jornais nacionais entre outros;
- **Miguel Judas:** escritor e jornalista no ativo como colaborador no Diário de notícias e em duas revistas de grande renome nacional *Visão* e *Evasões*. Escreve sobre cultura, viagens e lazer. Publicou recentemente um livro intitulado “Os 200 melhores percursos de trekking de Portugal”;
- **Pedro Emanuel Santos:** possui uma longa carreira como jornalista. Exerceu em vários jornais conhecidos como por exemplo: *Primeiro de Janeiro* (1999-2004), *24Horas* (2004-2009); *O Gaiense* (2011-2013), *Ponto Norte* (2013), *Atlântico* (2014-2015) e, a partir de 2015 até o presente, é jornalista e diretor do *Porto24*. Colaborou noutras publicações como a revista *Sábado* e exerceu assessoria de imprensa numa campanha presidencial;
- **Simão Freitas:** licenciado pela Universidade do Porto em Ciências da Comunicação: Jornalismo (2011-2014) é, neste momento, jornalista na *Agência Lusa* e também exerce como freelancer na plataforma [BodySpace](#). Iniciou o seu percurso no *O Gaiense* (2012) e no *PortoNet* (2012-2014), *Semanário Atlântico* (2015), *Porto24* (2015-2016);
- **Vanessa Ribeiro Rodrigues:** é doutoranda em Estudos em Comunicação para o Desenvolvimento, Mestre em Informação e Jornalismo pela Universidade do Minho, licenciada pela Escola Superior de Jornalismo do Porto e especialização em Cinema Documentário na Academia Internacional de Cinema, em São Paulo. Viveu no Brasil como correspondente do grupo Global Media (TSF, DN e NM), na Amazônia e na Jordânia como pesquisadora e coautora do guião do filme documental *Remember Us* sobre

os refugiados do campo de Jerash. Posteriormente, em 2015 realizou a grande reportagem TSF *Palestina, Diários de um lugar incerto* que foi distinguida com o "Prémio Jornalismo Integração e Direitos Humanos" da UNESCO. Ganhou prémios dentro da área do cinema, e se encontra a realizar outros projetos na sétima arte. Neste momento é correspondente para a América Latina da rádio TSF e Diário de Notícias. Mantém os seus blogues de literatura e de viagem (<http://www.cronicalunasamba.blogspot.pt/>);

### 3) Casa Barbot:

- **Carla Vieira:** completou o curso de Técnico Profissional de Secretariado na Escola Secundária António Sérgio. Em 1994 ingressou no Instituto Superior de Assistentes e Intérpretes, tendo terminado o curso de Tradução e Interpretação em 1997. Em 1998, iniciou um estágio na Câmara Municipal de Gaia, no Gabinete de Reabilitação Urbana do Centro Histórico de Gaia. Faz parte do quadro do município desde 2001, tendo passado por alguns serviços, nomeadamente o GRUCH, como foi referido anteriormente, a Direção Municipal da Cultura, o Departamento Municipal do Património, Cultura e Ciência, o Pelouro da Cultura (Casa Barbot) estando presentemente a colaborar com o Gabinete de Protocolo e Comunicação.
- **Vitor Pinto:** orientador de estágio – Casa Barbot.

### 4) Comunicadores:

- **Gil Nunes:** é jornalista, assessor de comunicação da Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia e escritor. Embora atualmente se dedique ao jornalismo desportivo, exerceu a profissão em vários jornais importantes do concelho como o extinto *Comércio de Gaia*, integro a equipa do projeto *Gaia Global*, entre outros. Ademais, como escritor, apresentou obras na Casa Barbot, uma delas *O pai de Deus é electricista*;
- **Pedro Emanuel Trigo:** assessor na Câmara Municipal do Porto. Exerceu jornalismo na *Rádio Renascença*, *O comércio do Porto*, *Arco Atlântico* e *Correio da Manhã*. Foi assessor de comunicação em várias empresas privadas de comunicação e também foi entre 2006 e 2010 o assessor de imprensa do Pelouro da Cultura da Câmara de Vila Nova de Gaia.

### 3.1.3. Guião base das entrevistas

Desenvolvemos previamente dois guiões-base: um para os artistas/Casa Barbot, outro para os jornalistas/assessores/comunicadores. (Ver apêndice 1 e 2)

Todos os guiões foram divididos por grupos de perguntas, sendo que, a maioria das perguntas eram as mesmas. A diferença dos guiões existiu apenas pela especificidade da profissão dos entrevistados, mas também pelo cargo exercido.

Dos grupos de perguntas, um primeiro grupo, a **biografia**, registaram-se os dados biográficos dos entrevistados; um outro, a **notoriedade pública da Casa Barbot**, onde os entrevistados podiam dar a sua opinião sobre a exposição pública e sobre o valor que consideram que tem a Casa Barbot; um terceiro conjunto de questões, **importância cultural da Casa Barbot**, onde os entrevistados podiam comparar o trabalho e dimensão da casa com outros ícones culturais da zona Metropolitana do Porto (todas apresentavam duas perguntas a exceção da entrevista do ex-vereador que apresentava mais duas).

Para os jornalistas, existiu um outro grupo de questões, **comunicação de/sobre a Casa Barbot**, onde podiam dar a sua opinião sobre o Pelouro da Cultura e sobre o interesse para ser mediatizada. Por último, existiu um grupo de questões, **outras considerações**, onde se pediu a opinião e sugestões para melhorar a notoriedade da Casa Barbot. No caso do ex-vereador, dissertamos um pouco sobre o trabalho feito e a sua opinião sobre esta questão mediática durante o seu mandato.

Estes guiões-base para as entrevistas semidiretivas tiveram como ponto de partida 10 questões para os **artistas/Casa Barbot** e 13 questões para os **jornalistas/assessores/comunicadores**.

### 3.1.4. Notas sobre o trabalho de campo

Das 13 entrevistas que realizamos, quatro (4) foram realizadas via e-mail por indisponibilidade espaço temporal dos entrevistados, sendo eles: Vitor Pinto (orientador de estágio); Maria Rosas (artista); Miguel Judas (jornalista); e Vanessa Ribeiro Rodrigues (jornalista).

Todas as entrevistas foram enviadas e recebidas via e-mail no formato *Word*.

As outras 9 entrevistas foram realizadas de forma presencial no dia, local e hora indicada pelo entrevistado. Assim sendo, passamos a explicar cada uma delas:

- Gil Nunes (comunicador): a entrevista foi realizada no dia 19 de julho de 2017 às 12h30min no *Fórum da Cidadania e Juventude da Câmara de Vila Nova de Gaia*. Teve uma duração de 11:24seg.
- Miguel Bandeirinhas (artista): a entrevista foi realizada no dia 19 de julho de 2017 às 15h00 no *Café Avenida*. Teve uma duração de 8:22seg.
- Simão Freitas (jornalista): a entrevista foi realizada no dia 24 de julho de 2017 às 11h00 na *Confeitaria & Snack-bar La Scala*. Teve uma duração de 12:48seg.
- Pedro Emanuel Santos (jornalista): a entrevista foi realizada no dia 24 de julho de 2017 às 14h30min na redação do *Jornal Porto24*. Teve uma duração de 5:54seg.
- Lourdes dos Anjos (artista): a entrevista foi realizada no dia 24 de julho de 2017 às 16h00 no *Café Pão Fofo*. Teve uma duração de 7:51seg.
- Mónica Faveiro (artista): a entrevista foi realizada no dia 25 de julho de 2017 às 12h00 no seu atelier *Invidro*. Teve uma duração de 9:59seg.
- Maria José Guedes (jornalista/assessora): a entrevista foi realizada no dia 25 de julho de 2017 às 15h00 na *Starbucks Gaia*. Teve uma duração de 11:27seg.
- Carla Vieira: a entrevista foi realizada no dia 28 de julho de 2017 às 16h00 no *Café Veneza*. Teve uma duração de 6:47seg.
- Pedro Matos Trigo: a entrevista foi realizada no dia 11 de agosto de 2017 às 14h30min no *Café-Restaurante Zázá*. Teve uma duração de 10:01seg.

Todas as entrevistas foram gravadas no formato MP3, resultando num total de 80minutos (1h24min28seg). No entanto, este tempo de gravação não reflete completamente o tempo das entrevistas já que, as conversas com os entrevistados fora da própria entrevista e com o gravador desligado, permitiram trocar ideias e opiniões sobre a Casa Barbot e sobretudo, cultura.

Foi pedido a cada entrevistado a sua autorização expressa para poder utilizar os seus depoimentos neste trabalho académico, assim como também, incluir a versão na íntegra como material de apoio (ver do apêndice N°4 ao apêndice N° 18).

## **3.2. Inquéritos**

### **3.2.1. O inquérito**

Analisar a notoriedade unicamente através da perspectiva dos profissionais pareceu-nos insuficiente para atingir o nosso objetivo e, por isso, desenhamos um inquérito que aplicamos aos gaienses. Escolhemos o inquérito e não outro tipo de estudo porque “*o inquérito por questionário de perspectiva sociológica distingue-se da simples sondagem de opinião pelo facto de visar a verificação de hipóteses teóricas e a análise das correlações que essas hipóteses sugerem*” (Quivy & Campenhoudt, 2005, p. 94)

Em suma, o inquérito:

*consiste em colocar a um conjunto de inquiridos, geralmente representativos de uma população, uma serie de perguntas relativas à sua situação social, profissional ou familiar, às suas opiniões, à sua atitude em relação a opções ou a questões humanas e sociais, às suas expectativas, ao seu nível de conhecimentos ou de consciência de um acontecimento ou de um problema, ou ainda sobre qualquer outro ponto que interesse aos investigadores* (Quivy & Campenhoudt, 2005, p. 94).

### **3.2.2. Definição da amostra e caracterização dos inquiridos**

O inquérito foi aplicado a todos aqueles que quisessem responder, a exceção dos turistas e indivíduos que, de início, afirmaram não se sentir capazes para responder às perguntas porque não conheciam ou apenas estavam de passagem. No total foram inquiridas 300 pessoas.

### **3.2.3. Guião base do inquérito**

Para conseguir as respostas de forma clara e concisa, foi elaborado um inquérito com dez perguntas fechadas que permitiram perceber qual era o grau de conhecimento dos gaienses sobre a Casa Barbot e a sua difusão cultural. As últimas duas perguntas

permitiam ao inquirido explicar o porquê e/ou dar uma opinião relativamente se mudariam ou não a estratégia de comunicação da Casa Barbot e do Pelouro da Cultura<sup>2</sup>.

#### **3.2.4. Notas sobre o trabalho de campo**

Os inquéritos foram aplicados na Avenida da República, exatamente nas imediações da Casa Barbot, entre os dias 06 de julho de 2017 e o dia 12 de julho de 2017.

### **3.3. Análise de conteúdo, do ponto de vista quantitativo, do produto jornalístico publicado sobre a Casa Barbot**

#### **3.3.1. Definição de amostra e caracterização dos jornais**

Para complementar as entrevistas e os inquéritos, fizemos um exaustivo levantamento de todas as notícias publicadas em três jornais, na sua versão online, entre 2006 e 2016 que abordassem ou referissem “Casa Barbot”.

Esta análise revelou a sua importância desde o mesmo momento em que partimos a procura das notícias quando nos percebemos que era muito pouca a cobertura mediática feita em relação a Casa Barbot e, por esta razão, o período analisado foi alargado para assim contar com suficiente material para análise.

Os jornais escolhidos foram o *Jornal de Notícias*, o jornal *Público* e *O Observador*. Todos com grande circulação a nível nacional. Optou-se pelos jornais na sua versão online sendo que *O Observador* se dedica em exclusivo a esta plataforma. De forma a contextualizar esta análise, apresentamos a continuação uma caracterização dos meios de comunicação escolhidos:

##### **3.3.1.1. Público**

---

<sup>2</sup> O exemplar do inquérito pode ser consultado no apêndice 5.

O Jornal *Público* conta com uma história que já ultrapassa os 25 anos e teve a sua primeira edição nas bancas a dia 5 de março de 1990, tendo superado os 100 exemplares logo nessa tiragem.

Com um estatuto editorial de “*exigência e qualidade, recusando o sensacionalismo e a exploração mercantil da matéria informativa*” (referência [www.publico.pt](http://www.publico.pt)), e que ainda se encontra em vigor, este jornal pertence ao grupo empresarial português SONAE.

Dirigido atualmente por David Dinis, teve seus inícios no verão de 1988 por um grupo de jornalistas pertencentes ao jornal *Expresso*. Mas será para março/abril de 1989 que tomam a decisão de avançar com o projeto colocando como primeiro diretor a Vicente Jorge Silva.

Nesta altura Belmiro de Azevedo, presidente do Grupo Sonae, e Jorge Silva apresentam o projeto de forma pública dando a conhecer as intenções do jornal na sua “Carta Magna”:

*“O Público é o lugar de encontro entre um grupo de jornalistas e um grupo empresarial, a SONAE, tendo em vista um objetivo comum: a criação em Portugal de um jornal diário que, através da aposta inovadora no plano editorial e tecnológico, reúna as energias necessárias para responder ao desafio de uma informação moderna e de qualidade no espaço europeu.”*

Para altura de 1991 o Público integra-se no *World Media Network* que, sucintamente, é uma associação de jornais de referência no mundo. Foi dos primeiros jornais, de facto foi o pioneiro em Portugal a lançar colecionáveis dos mais variados géneros (CD’s, livros, enciclopédias, entre outros.)

Em 1995 deixa a sua marca no mundo online. Exatamente no dia 22 de setembro foi criado o *Público Online* ([www.público.pt](http://www.público.pt)), *site* se mantém e com cada vez mais procura em território nacional já seja para ler notícias ou outros conteúdos.

Convém salientar que, embora pertença ao jornal impresso e faça uso de algumas notícias, o *Público Online* comporta o seu próprio estatuto editorial (remetendo-nos diretamente para a questão teórica das diferenças entre tipos de jornalismo), mas que não se afastam muito da versão impressa.

Se de início manteve a cópia idêntica do jornal impresso, hoje ademais destas notícias possui outras especificidades e um conjunto de pequenos serviços de informação especializada (espetáculos, televisão, gastronomia, “*dossiers*” temáticos, sumários do Diário da República, meteorologia, entre outros serviços de interesse geral.). Ademais dos serviços antes descritos, o público *online* continua a oferecer desde maio de 1999 um serviço autónomo de notícias que se mantém em constante atualização diária (*Público Flash, Última Hora, Primeiras Páginas*, etc.).

Atualmente o Público mantém a sua versão impressa e a versão *Online* e conta ainda com sete suplementos temáticos: *Economia, Inimigo Público, Ípsilon, Público Imobiliário, Digital, Fugas*, e, *Pública*. Além disso, mantém um suplemento, versão online, *P3* e uma revista mensal, *Perspectiva* e em colaboração com o jornal *A Bola*, lançou um semanário gratuito, *Sexta*.

A sua tiragem tem tido tendência a diminuir na sua versão impressa e a subir a visualização na sua versão online.

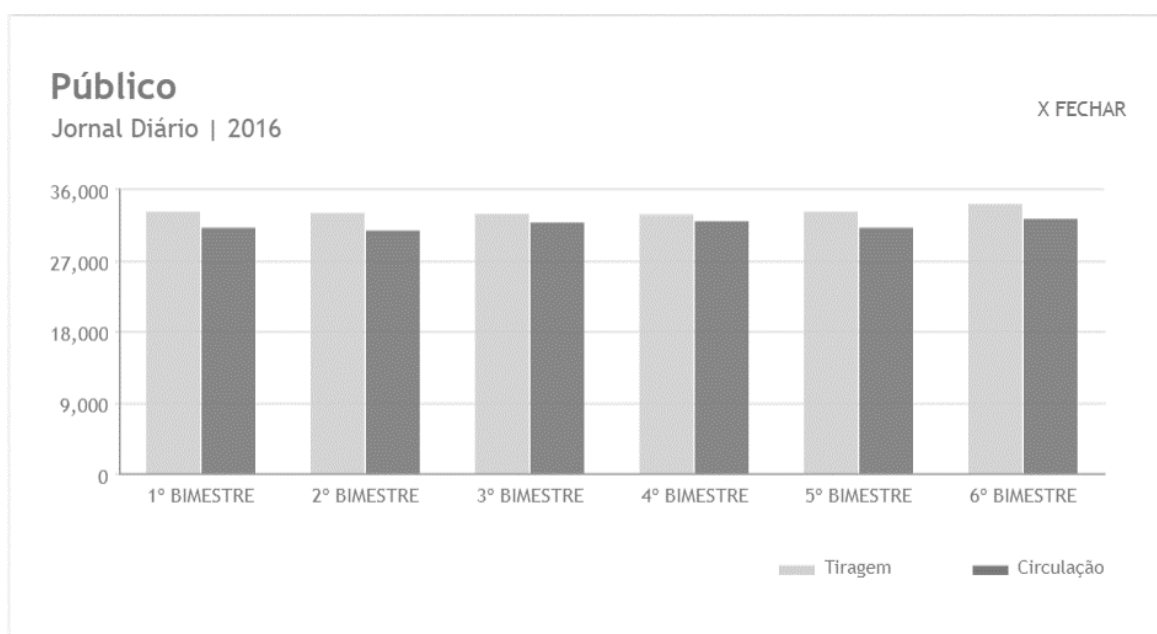


Ilustração 14. Tiragem e Circulação bimestral do Jornal Público no ano 2016.

Fonte: APCT

**Evolutivo Mensal de Visitas**  
**Entidades presentes nos rankings de 2016 do netScope**  
 Janeiro a Dezembro de 2016

Search:

Entidade	Jan 2016 (*)	Fev 2016 (*)	Mar 2016 (*)	Abr 2016 (*)	Mai 2016 (*)	Jun 2016 (*)	Jul 2016 (*)	Ago 2016 (*)	Set 2016 (*)	Out 2016 (*)	Nov 2016 (*)	Dez 2016 (*)	Total	Rank
<b>A Bola</b>	42042448	35828448	33374393	34075892	36867488	33914463	34811123	39295777	32562290	28843393	28005913	29744806	409366434	1
<b>Record</b>	26059610	22161577	20439495	21683772	25344679	23021373	26139756	28168291	23675256	20416422	20667710	20675245	278453186	2
<b>Correio da Manhã</b>	16329495	15544794	21792207	20167940	21871860	21249875	21771289	18957659	18575852	22724956	21329711	18310867	238626505	3
<b>Jornal de Notícias</b>	15829556	15282272	17278550	18837114	19075554	18056741	19315862	20322816	18429237	21650412	22312730	19502771	225893615	4
<b>O Jogo</b>	13579556	11157836	10568538	11757696	15480013	17186435	20185082	21231081	15419423	13128503	13496766	15170628	178361557	5
<b>TVI</b>	14067094	12884079	13170439	11164193	12155476	11596981	11842471	12064593	11834771	13088655	12203842	10621057	146693651	6
<b>Diário de Notícias</b>	12114028	10323439	11132368	11021933	11224245	10979166	12885783	11232106	10834223	12124040	12110244	11380246	137361821	7
<b>Público</b>	11854005	11484014	11662484	11101926	10848851	10389285	11078312	11344813	9635039	11457428	11702825	9053496	131612478	8
<b>Notícias ao Minuto</b>	8568363	8655570	10954529	10065707	10489127	10012496	12608108	11437637	9802783	10315998	11131848	10808249	124850415	9
<b>Expresso</b>	9713350	7604240	7828115	7616417	8839977	8048271	11498450	8722862	8288560	8834354	8202832	7206503	102403931	10

*Ilustração 15. Ranking de visitas do ano 2016.*

*Fonte: Markttest*

### 3.3.1.2. Jornal de Notícias

Embora tenha sido criado com o intuito de defender ideais e poderes políticos, transformou-se rapidamente num jornal diário generalista de referência que, por detrás de inúmeras e diversas ocasiões, optou por publicações de teor mais sensacionalista pelo que, atualmente, é considerado um híbrido enquanto a característica dos seus conteúdos.

O *JN* (abreviatura pela qual é chamado habitualmente) foi fundado a 2 de junho de 1888 no Porto. Reconhecido pela mesma cidade que o viu nascer como um jornal de confiança, pertence ao Grupo *Global Media Group* e seu diretor atual é Afonso Camões.

Dedicado a todo tipo de informação, incluída aquela mais especializada, no seu estatuto editorial afirma ser: “*independente de poder político, designadamente do Governo e da Administração Pública, bem como de grupos económicos, sociais e religiosos, regendo-se por critérios de pluralismo, isenção e apartidarismo...*” ([www.jn.pt](http://www.jn.pt)).

Ademais das secções de economia, política, internacional, cultura, opinião, etc. publica semanalmente suplementos, todos com saída ao fim de semana (entre sexta feira

e domingo): *Notícias Magazine (NM)*, *Dinheiro Vivo*, *Notícias In*, *Notícias TV (NTV)*, *Evações* e *Notícias TUTI Classificados* (este último também com publicações diárias).

Na sua versão *online* é publicada a maioria das notícias e alguns dos suplementos da versão impressa, e ainda existem uma série de outras publicações como: Blogs (Babel, JN Running, Velocidade, etc.); serviços como utilidades (meteorologia, farmácias, horóscopo, etc.); classificados (Casas de férias, automóveis, empregos, etc.) e ainda Iniciativas JN.

Em relação às tiragens, circulação e visualização de qualquer uma das suas versões, a tendência de diminuir em papel e a aumentar na forma *online* continua a marcar a pauta no meio da comunicação social portuguesa.

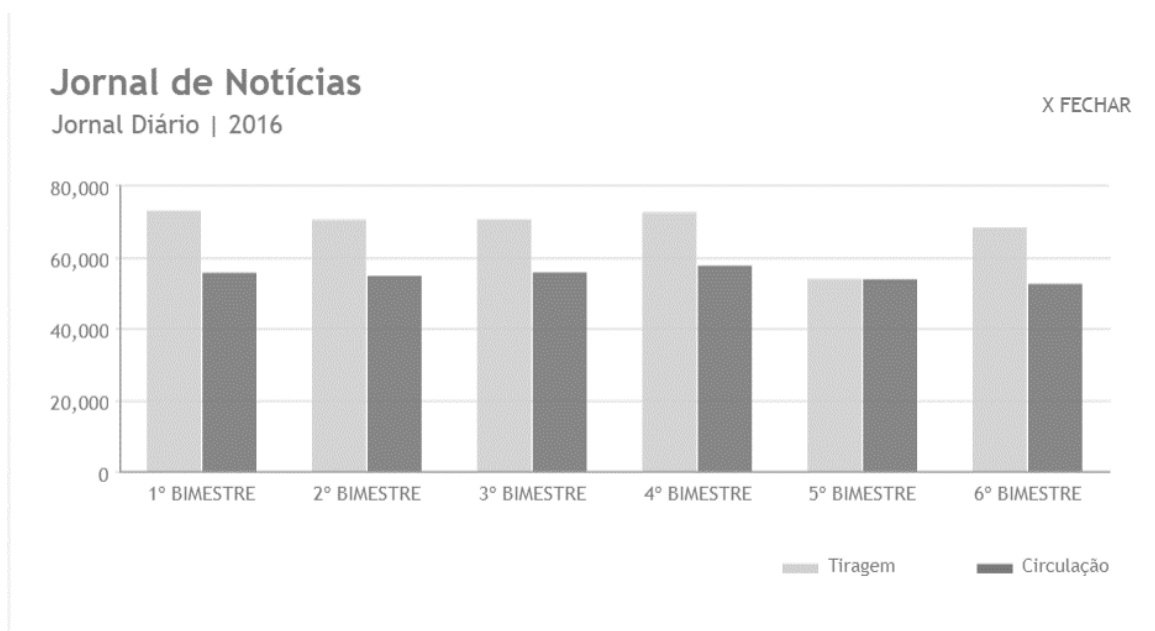


Ilustração 16. Tiragem e Circulação bimestral do Jornal de Notícias no ano 2016.

Fonte: APCT

**Evolutivo Mensal de Visitas**  
**Entidades presentes nos rankings de 2016 do netScope**  
 Janeiro a Dezembro de 2016

Search:

Entidade	Jan 2016 (*)	Fev 2016 (*)	Mar 2016 (*)	Abr 2016 (*)	Mai 2016 (*)	Jun 2016 (*)	Jul 2016 (*)	Ago 2016 (*)	Set 2016 (*)	Out 2016 (*)	Nov 2016 (*)	Dez 2016 (*)	Total	Rank
<b>A Bola</b>	4204248	35828448	33374393	34075892	36867488	33914463	34811123	39295777	32562290	28843393	28005913	29744806	409366434	1
<b>Record</b>	26059610	22161577	20439495	21683772	25344679	23021373	26139756	28168291	23675256	20416422	20667710	20675245	278453186	2
<b>Correio da Manhã</b>	16329495	15544794	21792207	20167940	21871860	21249875	21771289	18957659	18575852	22724956	21329711	18310867	238626505	3
<b>Jornal de Notícias</b>	15829556	15282272	17278550	18837114	19075554	18056741	19315862	20322816	18429237	21650412	22312730	19502771	225893615	4
<b>O Jogo</b>	13579556	11157836	10568538	11757696	15480013	17186435	20185082	21231081	15419423	13128503	13496766	15170628	178361557	5
<b>TVI</b>	14067094	12884079	13170439	11164193	12155476	11596981	11842471	12064593	11834771	13088655	12203842	10621057	146693651	6
<b>Diário de Notícias</b>	12114028	10323439	11132368	11021933	11224245	10979166	12885783	11232106	10834223	12124040	12110244	11380246	137361821	7
<b>Público</b>	11854005	11484014	11662484	11101926	10848851	10389285	11078312	11344813	9635039	11457428	11702825	9053496	131612478	8
<b>Notícias ao Minuto</b>	8568363	8655570	10954529	10065707	10489127	10012496	12608108	11437637	9802783	10315998	11131848	10808249	124850415	9
<b>Expresso</b>	9713350	7604240	7828115	7616417	8839977	8048271	11498450	8722862	8288560	8834354	8202832	7206503	102403931	10

Ilustração 17. Ranking de visitas do ano 2016.

Fonte: Markttest

### 3.3.1.3. Observador

Com pouca historia e ideias de um longo e próspero futuro, o dia 14 de maio de 2014 nasceu um novo jornal na esfera da comunicação social, *O Observador*.

Com sede em Lisboa, foi fundada pelo seu atual presidente, o gestor António Carrapatoso, em conjunto com o seu atual diretor, o *publisher* José Manuel Fernandes, e Rui Ramos, conhecido historiador português.

As suas publicações são diárias e se mantêm em constante atualização. É quase o único no seu género em Portugal já que foi criado na e para a Internet e não realiza qualquer versão impressa.

No seu estatuto editorial especifica que: “*O Observador procura a verdade e subordina-se aos factos. Nunca nos deixaremos condicionar por interesses partidários e económicos ou por qualquer lógica de grupo. Somos responsáveis apenas perante os nossos leitores.*” (observador.pt).

Em relação as tiragens, não sendo impresso é impossível fazer tal avaliação, mas em termos de visualizações os seus números ascendem tendo começado com 630 mil vistas, e na sua última avaliação da *Marktest (NetScope)*, em dezembro 2015, alcançou os 6351540 visitas.

**Ranking netScope de entidades**  
Dezembro 2015

Search:

Entidade	Visitas	Rank	Page Views	Rank	PVs/Visita
Sapo (Home Page e Serviços) *	42387644	1	292386331	1	6,9
A Bola	33367535	2	278365104	2	8,3
Record	20189862	3	116058142	3	5,7
Correio da Manhã	14610314	4	65307892	4	4,5
Jornal de Notícias	12876786	5	54482124	6	4,2
TVI	11612384	6	32303317	12	2,8
Público	11568085	7	49810950	7	4,3
Diário de Notícias	10428135	8	25447675	18	2,4
O Jogo	9078597	9	35482066	10	3,9
Expresso	8986353	10	27220527	15	3,0
IOL (Home Page e Serviços) **	7235312	11	25200460	19	3,5
RTP	6919022	12	16639782	21	2,4
Observador	6351540	13	32296827	13	5,1

*Ilustração 18. Ranking de visitas no mês de dezembro 2015.*

*Fonte: Marktest*

Após este estudo, foi impossível encontrar qualquer outro ranking posterior a esta data devido a problemas técnicos alheios a própria plataforma.

(c) Marktest 2016  
Ranking mensal de tráfego de entidades web, com base na auditoria realizada pela Marktest

**Presenças e ausências:**  
Entradas: Delas e Volta ao Mundo.  
Ausências: Observador - Por dificuldades técnicas de medição.

*Ilustração 19. Justificação de saída do ranking.*

*Fonte: Marktest*

## CAPÍTULO VI – APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

### 1. Entrevistas

Vamos explicar, em primeiro lugar, os resultados obtidos a partir das entrevistas e, para o fazer, decidimos cruzar as respostas dos entrevistados por grupo de perguntas, mas também, por grupo profissional dos entrevistados.

As entrevistas foram incluídas na íntegra no apêndice do trabalho, pelo que apenas introduziremos excertos que dão resposta ao nosso objetivo proposto inicialmente. Para tornar a leitura mais amena e de fácil compreensão, aquelas cujas respostas ultrapassavam as três linhas foram colocadas apenas em itálico e as que não superavam as três linhas, foram colocadas entre aspas e também em itálico.

#### 1.1. Acha que a população de Vila Nova de Gaia conhece a Casa Barbot?

##### 1.1.1. Na perspetiva dos artistas

A perspetiva dos artistas foi homogénea. Para eles a Casa Barbot é muito pouco ou nada conhecida. Mónica faveiro acredita que apenas é conhecida por “*as pessoas mais de idade*”; já para Maria rosas o conhecimento não se limita na questão da idade, mais sim pela estrutura “*Acho que a população conhece o edifício pelo seu exterior marcante.*” Conforme as duas artistas anteriores, Lourdes dos Anjos acredita que “*Não é tão conhecida quanto deveria ser.*” Numa forma realista e completa o fadista Miguel Bandeirinhas responde à questão dizendo que:

*A população de Vila Nova de Gaia, quando houve falar em Casa Barbot pergunta se é a casa onde se compram as tintas, não conhece a Casa Barbot como a casa da cultura. Temos que lhes dizer que a Casa Barbot é onde está sediado o Pelouro da Cultura de Gaia, que fica à beira da estação General Torres, aquela casa muito bonita, o único palacete que sobreviveu nesta avenida e aí é que as pessoas conhecem. (Miguel Bandeirinhas).*

### 1.1.2. Na perspetiva dos jornalistas:

A perspetiva por parte dos jornalistas não foi, de todo, homogénea. Dos que acreditam que é conhecida temos a: Miguel Judas quem respondeu “*Penso que sim. Eu próprio a conheci através de um habitante de Gaia*”, e a Pedro Manuel Santos “*Eu julgo que sim, sobretudo de uns anos para acá, julgo que sim, que a Casa Barbot tem tido cada vez mais visibilidade pública e, como edifício, sempre foi bastante conhecido como edifício que alberga eventos culturais, também tem sido cada vez mais conhecido pela população de Gaia.*”

Respondendo de forma mais ou menos intermédia, Simão Freitas diz que:

*... acho que há muita gente que é capaz de conhecer a Casa Barbot e pouca gente sabe que aquilo é a Casa Barbot. Ou seja, está aí, num sitio em que qualquer gaiense já atravessou, na avenida, milhares e milhares de vezes. Eu sei porque cresci em Gaia e vivi sempre ali e tenho essa ideia, mas se calhar há muito pouca gente percebe o que se passa lá dentro. Pensão que será um prédio da Câmara que não terá atividade ou que não funciona por outra coisa qualquer. Por tanto, para resumir, acho que é conhecida, mas não é frequentada de acordo com a programação que tentam dinamizar.*

Por último, respondendo de forma negativa, temos a Vanessa Ribeiro Rodrigues dizendo que “*Não tenho a percepção de que a população de Vila Nova de Gaia conheça a Casa Barbot*” e também a Maria José Guedes, apoiando-se de comparações políticas diz que:

*Honestamente acho que não, acho que aqui no centro da cidade a Casa Barbot é bem conhecida porque fica num local muito visível, perto da Câmara Municipal e, por tanto, quem passa pela Avenida da República, as pessoas obviamente que reparam naquela casa porque, arquitetonicamente é de facto um edifício belíssimo, mas quanto a história, acho que as pessoas não têm noção do que quer dizer, da importância que têm a Casa Barbot. Não têm essa noção porque também não há muita informação disponível, e, até hoje, principalmente no tempo do Heitor Carvalheiras, o ex-presidente da câmara municipal de Vila*

*Nova de Gaia antes do Dr. Luís Filipe Menezes, nunca foi dada grande importância a esse edifício sendo que também pertencia a parte privada. Por tanto quando veio depois o Dr. Luís Filipe Menezes, e pelas mãos do Dr. Mário Dorminsky, a Casa Barbot começou a ter mais protagonismo, é um facto, mas ainda assim ficou aquém das expectativas. Podia-se avançar mais, mas de qualquer modo alguma coisa foi feita. Neste momento eu acho que estagno, por tanto, nada está a ser feito, nunca foi feito um grande estudo sobre a Casa Barbot. Nos se procuramos a nível de folhetos turísticos também não temos grandes acessibilidades a aquilo que representa arquitetonicamente, que eu acho que a grande importância do edifício é a nível arquitetónico e não ao nível da história de quem lá viveu, acho que não é muito por aí, mas a nível do que o edifício representa, isso sim. Por tanto, acho que se poderia fazer mais e ainda não foi feito. Vamos lá ver!*

### **1.1.3. Na perspectiva dos integrantes da Casa Barbot:**

Para Vitor Pinto, “a população gaiense, e não só, conhece a Casa Barbot, pelo menos de a ver de passagem na Av. da República.”. Em contrapartida, Carla Vieira acredita que “a maioria não conhece a Casa Barbot. Conhece de passagem, mas tem curiosidade, mas não tem instinto para poder entrar e conhecer.”

### **1.1.4. A perspectiva dos comunicadores:**

A resposta deste grupo foi homogénea dando como conhecida a casa. Para Pedro Matos Trigo “Sim, sem dúvida!”, para Gil Nunes também, mas atreveu-se a adicionar que:

*Sim, sobretudo nesta zona central existe um certo conhecimento da Casa Barbot, até pela sua localização. Está localizada numa zona muito central e, como tal até pelas características do edifício, há muita gente que conhece nem que seja pela fachada em si. Em termos de abrangência da Casa Barbot, ou seja, a Casa Barbot como elemento cultural, como Pelouro da Cultura, como Pelouro de apresentações de livros, de exposições de pintura, etc., aí é que o conhecimento não é tão profundo, ou seja, penso que faz falta uma ligação entre a própria*

*atividade da casa e a própria arquitetura da casa, falta um bocadinho entender esse equilíbrio. Por tanto, e respondendo concretamente a esta pergunta “se conhecem a Casa Barbot?”, acho que há uma predominância de conhecimento nesta zona central, mas nas zonas, pelo menos pela minha sensibilidade, nas zonas mais interiores, mais afastadas, as pessoas tendem a desconhecer. Muitas vezes, colocando no mesmo patamar de alguns equipamentos do Porto, mas sobretudo há um epicentro de conhecimento aqui numa zona mais central.*

## **1.2. Acha que a imagem pública da Casa Barbot corresponde à realidade?**

### **1.2.1. Na Perspetiva dos artistas:**

Sobre esta pergunta, as respostas foram na sua maioria negativas, sim embargo, o fadista Miguel Bandeirinhas acredita que:

*(...) corresponde a realidade sim, quem entra respira cultura, respira arquitetura, se lá tiver exposições ora respira pintura como respira poesia, como respira a música, ou seja, corresponde a realidade porque é uma casa que, embora pequena, cabe lá algo muito maior que é a cultura e a arte. Por tanto, vai de cada pessoa e, é uma pena realmente que as pessoas não conheçam, ou seja, conhecem, conhecem, mas não sabem o que se passa ali a maioria das pessoas.*

Com alguma tristeza Lourdes do Anjos acredita que “(...) está um bocado esquecida, está apagada, está triste.”, aponta como razões principais as questões políticas e de urbanização da cidade:

*A Casa Barbot é uma casa lindíssima, com uma história muito rica e, a uns anos nesta parte, não sei bem o porquê, qual foi o presidente que resolveu matar a metade daquela casa. E a matou metade daquela casa quando, ao lado, lhe contruiu um prédio de não sei quantos andares que é uma autêntica abantesma. É horrível! nunca devia ter sido ali construído, mas Gaia achou que se fazia cosmopolita, fazendo grandes arranha-céus e eu acho que matam qualquer cidade quando começam a construir em altura. Ainda por cima uma cidade como Gaia que tem umas vistas muito bonitas, mas que não é preciso por uns prédios que são*

*autênticas abantesmas, sobretudo em lugares que matam casas belíssimas que deviam ser preservadas que é o caso da Casa Barbot (...)*

Na mesma linha de pensamento, a artista plástica Maria Rosas pensa que “*O publico em geral desconhece esta casa (já o constatei). Os que se interessam por arte ou arquitectura consideram um exemplar de interesse. Resumindo a maior parte desconhece a Casa Barbot como casa de cultura.*”. Em continuação a esta ideia, Mónica Faverio diz que “*Coitadinha! É para poucos conhecedores, então é difícil responder também porque eu acho que não! Eu acho que a Casa Barbot está muito subvalorizada!*”.

### **1.2.2. Na Perspetiva dos jornalistas**

Neste grupo as respostas, embora com respostas diversas, acabam todas por constatar o mesmo facto, a pouca ou nenhuma visibilidade da Casa Barbot. Para Pedro Emanuel Santos, o único a responder de forma positiva, “*Julgo que sim, julgo que a Casa Barbot tem tido atividade que depois acaba por corresponder a realidade. Poderia ter mais alguma visibilidade pública até para abranger o público alvo sem ser o público somente de Gaia, mas no geral penso que sim!*”.

Vanessa Ribeiro Rodrigues apenas respondeu com um “*Não*”. Já para Maria José Guedes, existem razões políticas que não dão o valor devido a casa:

*É assim, tenta-se que a Casa Barbot, quando se fala nela, quando há algum evento, algum lançamento dum livro, de alguma exposição, quando aparece por exemplo os autarcas, nomeadamente os vereadores do Pelouro da Cultura ou então o Presidente da Câmara, tenta-se dar um protagonismo que não têm o resto do tempo. Por tanto em 365 dias, se houver três ou quatro noticias na imprensa sobre algum dos eventos que lá acontecem, é muito. Por tanto, obviamente que a Casa Barbot não tem a importância nem o protagonismo que merece ter.*

Simão Freitas tenta dar razões para percebermos o porquê “*(...) as pessoas não têm noção, não há aí um caso de as pessoas terem uma má imagem ou boa imagem, acho*

*que é mesmo um caso de desconhecimento das atividades que funcionam lá dentro. Acho que isso sim, não tem essa noção.”*

Por último, Miguel Judas apenas responde com um “*Não faço ideia*”.

### **1.2.3. Na Perspetiva dos integrantes da Casa Barbot**

Neste grupo apenas obtivemos uma resposta, a da Carla vieira quem acredita que “*Sim, corresponde e acho até que excede as expectativas porque as pessoas chegam e esperam ver apenas uma casa e vão poder encontrar exposições, vão encontrar momentos musicais...*”. A diferença de Vitor Pinto quem apenas respondeu “?”.

### **1.2.4. Na Perspetiva dos comunicadores**

Neste grupo as duas respostas se completaram. Em primeiro lugar, Gil Nunes diz que:

*(...) penso que não! A Casa Barbot tem, de facto, uma história que é difícil de entender, tendo em linha de conta que se trata de um edifício que tem muitas raízes a cidade, com muitas raízes a própria família que fez parte daquela casa. A própria história daquela casa que não te sei descrever ao pormenor, por tanto, uma pessoa mal informada te pode dizer que a Casa Barbot é um Polo Cultural, é um edifício que tem, para além dum aspeto interior muito agradável, tem um aspeto exterior também muito interessante, mas eu acho que não há uma consonância daquilo que é a Casa Barbot, entre a ideia que temos e aquilo que corresponde a realidade. Ou seja, eu acho que a Casa Barbot tem muito mais para apresentar do que aquilo que é visto e que é lido ao cidadão comum.*

Já para Pedro matos trigo: “*Agora não porque entrou em decadência, mas já teve uma boa imagem.*”

## **1.3. A Casa Barbot é sobrevalorizada ou subvalorizada publicamente? Pode justificar a sua resposta?**

### 1.3.1. Na perspetiva dos artistas

A ideia dos artistas foi clara, para Maria rosas “*A Casa Barbot é subvalorizada. O publico em geral não sabe que actividades desenvolve nem que pode ser visitada.*”; nas palavras de Monica Faverio, quem se atreve a adjectivar a casa, “*Eu acho que está subvalorizada, esquecida (...) aquilo era uma casa em ‘sofrenza’ (...)*”. Para Lourdes dos Anjos, ademais existe um motivo para tal:

*É subvalorizada publicamente porque, eu falo com muitas pessoas naturais de Vila Nova de Gaia da Casa Barbot e dizem, “mas isso donde fica?” e, também, porque a volta daquele centro de Gaia, há freguesias onde se investe muito na cultura: Canelas, Vila do Paraíso, ... e, por tanto, aquele centro de Gaia está um bocado morto, toda a gente sabe onde fica o El Corte Inglés e ninguém sabe realmente onde é a Casa Barbot ou muitos poucos sabem, o que é uma pena!*

Para o fadista é uma questão de perspetiva:

*Eu acho que é subvalorizada, pouco valorizada, pela população em geral.*

*Pelos artistas é sobrevalorizada porque há muito artista que quer apresentar alguma coisa na Casa Barbot, porque quer expor, porque quer cantar, porque quer fazer um concerto, e porquê? Querem fazer porque, primeiro, está ligado a câmara e qualquer artista quer estar ligado a uma câmara para poder usufruir de alguma coisa ou não..., mas depois, subvaloriza-se, ou seja, deixa de ter algum valor porque não tem a adesão que espera, não é? Mas acho que está sobrevalorizada e subvalorizada (...)*

### 1.3.2. Na perspetiva dos jornalistas

De forma homogénea todos os jornalistas que foram entrevistados responderam que era subvalorizada. Maria José Guedes respondeu apenas que “*É subvalorizada... subvalorizada!*”; para Miguel Judas “*Deveria ser muito mais valorizada, não só pelo imóvel que é como pelo que aí se realiza.*” Vanessa Ribeiro Rodrigues faz uma dura crítica onde acredita que é:

*Subvalorizado. Apesar de ser classificado como um imóvel de interesse público desde 1982 e à partida, aberto ao público, permanece um local de um certo desconhecimento para o público em geral. Não tenho a percepção sequer que a Casa Barbot se evidencie com uma imagem pública, tendo em conta a relativa invisibilidade social, na esfera pública. Por exemplo, se não fosse este inquérito não refletiria sequer sobre a Casa Barbot, pois não me lembraria da sua existência como espaço cultural.*

Ao encontro desta opinião está a resposta dada pelo Simão Freitas:

*Na minha opinião é, claramente, subvalorizada porque as pessoas não têm a noção das iniciativas, do agregador no que toca a atividade cultural dinamizada pela câmara, mas na cidade também não há muito mais que funcione lá e mesmo as próprias atividades que lá dinamiza, acho que é muitíssimo subvalorizada.*

Por último, quando Pedro Emanuel Santos foi questionado respondeu com uma resposta intermédia entre ambas valorizações e acrescentou o que seria possível fazer:

*Essa pergunta é um bocado complexa, lá está, eu penso que a Casa Barbot poderia ter mais visibilidade em termos públicos, mas isso também partiria duma questão de promoção das atividades que há lá, que tem sido crescente. Ou seja, nota-se que, de ano para ano, que a visibilidade e que as atividades da Casa Barbot são cada vez mais conhecidas e são mais procuradas. Se é sobrevalorizada ou subvalorizada? Entre as duas é difícil optar, mas, tendo em conta as atividades culturais que alberga e tendo em conta a programação cultural que tem, acho que acaba de ser um bocadinho subvalorizada porque merecia, se calhar, ter mais visibilidade, lá está!*

### **1.3.3. Na perspetiva dos integrantes da Casa Barbot**

Neste grupo não tivemos a valorização expressa por nenhum dos entrevistados, apenas a opinião que deixava sobre entendida a ideia pretendida. Assim Carla Viera respondeu o seguinte:

*(...) as tentativas que foram feitas para dar a conhecer foram várias, de várias formas. Se calhar não chegou a grande maioria daí que, em alguns casos, não houvesse tanta adesão do público, eu acho que naquele caso funcionava mais a “palavra passa palavra”, do que propriamente a comunicação seja através das redes sociais ou mesmo dos jornais...*

E para Vitor Pinto simplesmente se trata duma questão pessoal “A Casa Barbot é, sobretudo, acarinhada pelo público. O valor do património para a comunidade onde está inserido, bem como para quem o visita, depende de cada indivíduo.”

#### **1.3.4. Na perspetiva dos comunicadores**

Neste grupo tivemos ideias contrapostas onde Gil Nunes segue a linha de pensamento dos outros grupos e acrescenta também as atividades que realizaria para melhorar a sua valorização:

*A Casa Barbot é subvalorizada na minha opinião. É uma casa que, com a envolvência que tem, com a localização que tem, com a própria ligação que tem a história da cidade, é uma casa que devia ter uma valorização muito maior. É claro que a dinâmica cultural da cidade terá que estar ligada a Casa Barbot pela imagem que transmite, por todo o enquadramento, faz falta uma valorização, isto passaria também por campanhas de comunicação, dinamização do espaço se calhar noutras pontos da cidade e, também, na área metropolitana do Porto, Basta conhecer a Casa Barbot não tanto, para além da atividade que deveria realizar a nível cultural, através daquelas questões que já mencionei, através de apresentações, através de eventos, mas também como um ponto arquitetónico, ou seja, ligada a esta questão arquitetónica a própria cultura, por tanto, eu acho que a Casa Barbot deveria ser mais valorizada do que aquilo que é, mas passará por muitas dinâmicas culturais, muitas*

*dinâmicas de comunicação sobretudo para se dar a conhecer essas mesmas potencialidades. Por tanto, será um diamante em bruto se me permites...*

Em contrapartida, Pedro Matos Trigo tem uma opinião bastante diferente na questão da valorização por questões ligadas a seu funcionamento como edifício camarário:

*É capaz de estar sobrevalorizada porque durante muito tempo era sinónimo de Pelouro da Cultura. A comunicação era feita... não se dizia “o Pelouro da Cultura de Gaia vai fazer isto”, não, “a Casa Barbot vai fazer isto!” era sinónimo de Pelouro da Cultura, como o que lhe dava maior autonomia em termos de imagem. Por isso, é capaz de ainda estar sobrevalorizada.*

#### **1.4. Como é que a Casa Barbot se diferencia da oferta cultural na área metropolitana do Porto?**

##### **1.4.1. Na perspetiva dos artistas**

Neste grupo apenas um dos artistas achou que “*Não, não se diferencia!*” (Mónica Faverio).

Já para os outros artistas, a Casa Barbot apresenta uma diferencia em relação a outras casas de cultura e cada um argumentou com a que achou pertinente. Para Maria Rosas “*A Casa Barbot desenvolve propostas culturais como exposições, lançamentos de livros, debates e momentos musicais que poderão ter a seu favor um ambiente e cenário diferentes do comum.*”

Para Lourdes dos Anjos a Casa Barbot era um berço de poesia que lhe permitiu reviver poetas esquecidos, mas acredita que isso foi um problema para alguns:

*Como é que se diferencia... Eu frequentei muito a Casa Barbot a uns anos atrás, tínhamos lá sessões de poesia mensais onde se reuniam amigos, para falarmos de poetas muitos deles esquecidos, poetas sobretudo de Gaia e, já agora, deixa-me dizer que, temos em Gaia a memória muito viva dum senhor, dum poeta chamado José Guimarães,*

*que têm só 4000 mil poemas musicados: sei lá desde Amália Rodrigues, Mariza, Florência, Alfredo Marceneiro, e que se poderia por essa gente mais viva, dando vida também a Casa Barbot. A Casa Barbot foi-se esquecendo e estes grandes poetas de Gaia, que é realmente um ninho de poetas: Albano Martins, Virgílio Monteiro, e muitas outras pessoas que, realmente foram esquecidas porque convinha ter muitas ovelhas que sigam o carreiro, gente que tenha um bocadinho de cultura é altamente perigosa! Por tanto, nem casas de cultura nem povo culto!*

Para Miguel Bandeirinhas, todas as características da Casa Barbo foram importantes para diferenciar o seu estatuto cultural de outras casas:

*A Casa Barbot diferencia-se da seguinte forma: para já, a entrada é livre. As pessoas para irem assistir a um concerto ou uma exposição ou a um desfile, não pagam nada; depois, está em pleno centro da cidade de Gaia, com ótimas acessibilidades: comboios, autocarros, metro, tudo mesmo a porta; depois, para além daquilo que nos oferece, oferece-nos quem for, quem tiver oportunidade de ir ao varandim, oferece-lhe uma vista fantástica para o Porto (...). Depois, a Casa Barbot dá a oportunidade a pequenos artistas. É uma das coisas que os outros grandes espaços não fazem, ou seja, não fazem tanto! (...). Tanto me recebe a mim, como recebe ao Lobo Antunes se for necessário. A barreira de proximidade, ou seja, é mesmo para as pessoas. É pena que as pessoas não compreendam, mas é para as pessoas, é para apoiar desde o pequeno artista até o grande artista, do que não é conhecido até o que já é superconhecido. É uma casa que sabe acolher, depois, é muito simples, não há grandes complicações de acesso como nos outros grandes espaços e, depois, é tudo gratuito, não é? Ou seja, as pessoas acedem de forma gratuita.*

#### **1.4.2. Na perspetiva dos jornalistas**

Deste grupo, houve, mais uma vez, existem diferentes que abarcam os dois pontos de vista. De encontro ao grupo dos artistas, Pedro Emanuel Santos diz que:

*Não sei, acho que por vezes procuravam eventos culturais alternativos, digamos assim, que muitas vezes não são encontrados noutra tipo de casas*

*culturais, digamos assim, de espaços culturais da área metropolitana e isso poderia ser uma mais-valia e tem sido, julgo eu, uma mais-valia para a Casa Barbot.*

Já o resto acredita que, pura e simplesmente, não se diferencia. Para Vanessa Ribeiro:

*Não se diferencia na medida em que, creio, apenas um grupo restrito de pessoas conhece a Casa Barbot. Em que guias aparece a Casa Barbot, por exemplo? Como podemos tomar conhecimento das atividades que promove e do interesse que poderá ter uma visita ao espaço? Onde existe mais informação sobre o espaço? Por exemplo, uma simples busca na internet devolve resultados quer parcos quer carentes de informação aprofundada sobre o espaço e suas atividades.*

Para Simão Freitas ocupa o mesmo lugar que outras da sua espécie como espaço camarário, mas não se diferencia com outras casas:

*Na minha opinião não acho que se diferencie por assim dizer, ou seja, acho que o trabalho que faz a Casa é meritório para a cidade, mas talvez se calhar não conseguir ter por um lado, adesão e ligação com uma comunidade como terá, sei lá, o Teatro Rivoli, que claramente esgota, ou a política cultural principalmente aqui no Porto. Acho que consigo fazer uma comparação com o trabalho da Casa Barbot com, como por exemplo, a Casa de Cultura de Paredes, ou outras casas das artes de outras cidades aqui a volta, ou seja, é um excelente trabalho, mas nesse sentido no acho que haja uma diferenciação clara. Pode ser, se calhar, desconhecimento meu, mas na minha opinião acho que não se diferenciam no tipo de atividades.*

Para Maria José Guedes não existe diferenciação devido a oferta cultural e pela burocracia existente:

*Não se diferencia. Pura e simplesmente não se diferencia porque raramente tem eventos culturais que sejam apelativos para a maior parte das pessoas; para se conseguir lá expor é preciso ultrapassar uma cadeia*

*burocrática que infelizmente ainda permanece na nossa autarquia e, portanto, só a nível privado e depois vai um grupo muito restrito de pessoas visitar a mesma exposição porque não há divulgação. A câmara não aposta numa divulgação cultural conforme deveria apostar, é claro que quando se está perto das eleições tudo têm importância, mas durante o resto dos outros três anos e meio, porque eles começam a preparar as eleições cerca de seis meses antes, fica botado ao esquecimento. E aquilo que tem acontecido com a Casa Barbot: por fora está muito bem, por dentro precisa dum restauro a seria.*

#### **1.4.3. Na perspetiva dos integrantes da Casa Barbot**

Neste grupo, ambos entrevistados deixaram a sua marca pessoal. Carla vieira, acredita que se diferencia porque *“É uma casa centenária, um dos exemplares únicos aqui na avenida, acho que vale a pena visitar.”* E para Vitor Pinto:

*Durante o seu período de funcionamento (encontra-se encerrada ao público desde fevereiro de 2017) a Casa Barbot diferenciava-se, da mesma forma que a tua casa se diferencia da minha. Podemos ambos servir arroz branco aos nossos convidados, mas a experiência será seguramente diferente para eles, porque o ambiente é diferente (a rua, a decoração, as pessoas...).*

#### **1.4.4. Na perspetiva dos comunicadores**

Neste grupo as respostas são uma continuação das ideias que até agora se vieram explanando. Para Pedro matos trigo:

*“Desde logo pelo edifício em si, que é um edifício histórico, tem mais de 100 anos e por tanto isso dá-lhe uma carga cultural que outra autarquia não tem em termos culturais. Tem uma história por trás de quem lá viveu, ainda por cima o nome Barbot foram os antigos proprietários, uma família conhecida”.*

Já o comunicador Gil Nunes, faz uma exposição mais abrangente:

*Tu para teres uma oferta cultural na área metropolitana do Porto, no meu ver, deverá ser uma oferta integrada, ou seja, a Casa Barbot não pode fazer concorrência, por exemplo, aos eventos que acontecem na Casa da Música do Porto, ou no Jardim de Serralves ou qualquer outro ponto que agora... ou no Coliseu do Porto por exemplo. Não podemos fazer esse tipo de concorrência direta, tem de haver uma complementaridade. A Casa Barbot está localizada num concelho com características muito específicas, por tanto, tem tido uma programação, quanto a mim, muito focalizada na apresentação de livros, exposição de pinturas, coisas mais localizadas, mais telúricas, mais relacionadas com o território e penso que esse é o principal aspeto diferenciador: o aspeto telúrico. Ou seja, a Casa Barbot tem tido uma ligação mais vincada, mais forte em relação aos artistas da região, ao trabalho dos artistas da região. Ao contrário dos outros equipamentos da área metropolitana do Porto que tem tido outra abrangência mais internacional (...). Posso-te responder a esta questão da forma em que te respondi, ou seja, deve haver uma perspetiva integradora, mas ao menos tempo, teres uma forma de fermentares muito esse lado telúrico dos artistas da região, de modo a que, muita gente que tenha palcos mais reduzidos, ali pode-se ter palcos mais reduzidos noutros pontos, mas tem aqui o seu ponto privilegiado e penso que a Casa Barbot pode ser uma boa alavanca, quer para a Casa Barbot em si, quer alavanca de todos os equipamentos aqui em Gaia. Penso que pode ser esse o principal aspeto diferenciador.*

**1.5.Considera a Casa Barbot como um dos principais espaços culturais na zona Metropolitana do Porto ao lado da Casa da Musica, de Serralves, por exemplo?**

**1.5.1. Na perspetiva dos artistas**

Neste grupo as respostas se dividiram num 50/50. Mesmo assim, os que consideraram a Casa Barbot como um dos principais espaços, explicaram que seria para nichos diferentes.

Para Lourdes dos Anjos:

*Poderia ser, poderia ser! Embora mais aconchegada, mais familiar, mais recatada (...). Para outro nicho, por exemplo: sei lá, para levarmos lá outro tipo de intervenções... Não podemos comparar a Casa Barbot em termos de tamanho e em termos de nome como uma Casa da Música ou de Serralves, não, mas nem todas as casas, nem só as casas grandes é que são grandes casas!*

Para Miguel Bandeirinhas:

*(...) está no mesmo nível e considero que deveria ser colocada ao mesmo nível por quem gosta de cultura. Acho que a Casa Barbot, embora pequena, é um sítio onde se pode fazer muito, onde as pessoas podem viver muito e, depois, o que se passa ali dentro é algo de revivalismo, ou seja, num espaço tão antigo, num espaço tão icónico, a arte entra ali de forma renovada em contacto com a arte que eles têm que é uma arte antiga.*

Pelo contrário, para as outras duas artistas, não é assim que consideram a Casa Barbot. Mónica Faverio diz apenas que “*Não, absolutamente não!*”, e para Maria Rosas existe alguma possibilidade no futuro “*Não considero neste momento, mas poderá vir a ser.*”.

### **1.5.2. Na perspetiva dos jornalistas**

Houve uma espécie de resposta homogénea para todos que foi precisamente o facto de não ser dos principais espaços, se bem que para Pedro Emanuel Santos se trata duma questão híbrida:

*Ora bem, enquanto conceito cultural, sim! Enquanto conceito dimensional em termos de dimensão pública, digamos do que se faz na Casa Barbot, não, ainda está bastante abaixo. Se bem que a comparação também, pronto, com a Casa da Música, de Serralves são os dois de topos, mas*

*penso que, é como eu digo, em termos de oferta sim! Porque o que está em oferta, cada um a sua dimensão, mas sim é um dos principais espaços... Se calhar são nichos diferentes também!*

O resto dos jornalistas responderam com uma resposta negativa onde Vanessa Ribeiro Rodrigues respondeu simplesmente “*não*”; o jornalista Simão Freitas acrescentou outros espaços culturais na comparação e sublinho a importância a nível regional:

*Ao lado desses exemplos não! Até porque ao lado desses exemplos teremos sei lá o caso do Teatro de São João e o Rivoli. É como eu digo, acho que Vila Nova de Gaia é um polo cultural importante, também não há muito infelizmente, mas é um polo cultural importante e acho que as pessoas ligadas a cultura na cidade têm essa noção. Na área metropolitana, acredito que também haja esse reconhecimento e acho que tem um papel importante, não ainda nesse aspeto regional precisamente pela questão de não ter criado público fixo e conseguir extravasar o que é a sua atividade para mais e mais e mais audiência, mas acho que sim, que tem essa importância que como normalmente esses espaços têm e do seu concelho em si.*

Para Maria José Guedes é impossível esta comparação:

*Não, a nível da Casa da Música e de Serralves, não! Acho que não podemos fazer comparações a esse nível. Temos de ser honestos, mesmo a nível da importância que tem, por exemplo, a Casa Teixeira Lopes aqui em Vila Nova de Gaia, não tem a mesma importância. Por tanto, há que distinguirmos as coisas, eu acho que a Casa Barbot vale por si própria como edifício em si e não pela história que em si encerra. Por tanto, a Casa da Música é uma circunstância completamente diferente, foi em nível de estudo a nível internacional, por tanto um protagonismo internacional, não é só pelo facto de ficar na cidade do Porto e da Casa Barbot ficar na cidade de Gaia, mas não, é pelo facto em si do que ela representa. Agora, tem importância a nível municipal ou a nível da área metropolitana poderia ter se, de facto, tivesse uma oferta cultural apelativa, digna e com a importância que trouxesse cá o turista (...). É um nicho, é! Porque é*

*bonita, o que as pessoas dizem é “é uma casa bonita, olha aquilo deve ser bonito por dentro” e não fazem a mínima ideia do que aconteceu lá e portanto dizermos que poderá estar ao nível duma Casa da Música não, nem pensar! Ou Serralves então muito menos!*

### **1.5.3. Na perspetiva dos integrantes da Casa Barbot**

As respostas neste grupo não fogem as dadas pelos outros. Para Carla Vieira “*Se calhar não estará, mas merecia que estivesse... A nível cultural, sim, numa dimensão muito mais reduzida, não é?*”, já para Vitor Pinto “*São dimensões muito diferentes. Incomparáveis.*”.

### **1.5.4. Na perspetiva dos comunicadores**

Tanto Pedro Matos Trigo como Gil Nunes consideram incomparáveis e argumentam as suas respostas com a questão da proporção regional, dimensional, de exposição pública e até de apoios económicos:

Pedro Matos Trigo diz que:

*Não podemos exagerar. Não! não está ao nível duma Casa da Música, nem de Serralves, nem de coisa que o valha. Digamos que tentou ser, proporcionalmente a proporção de Gaia, o principal polo cultural e acho que conseguiu ser, mas obviamente que dentro de Gaia porque na área metropolitana do Porto ninguém consegue “combater” uma Fundação de Serralves ou uma Fundação Casa da Música que tem por trás mecenas, desde logo bancos e o Estado, não é? Por tanto, a ação de uma Casa da Música e de uma Fundação de Serralves não fica na cidade do Porto, nem se quer na área metropolitana, estende-se por toda a área da Região Norte e inclusivamente pelo país. Há muita gente de Lisboa que vem ver eventos e grandes exposições a Serralves ou na Casa Da Música e acredito que ninguém tenha vindo expressamente de Lisboa para ver um evento na Casa Barbot, não é? (...) É mais proporcional, embora tenha extravasado a população de Gaia. A Casa Barbot chegou a ter alguma projeção a nível*

*da área metropolitana, sobretudo, Gaia, Porto, Matosinhos, o centro da área metropolitana do Porto.*

Para Gil Nunes:

*Nada, não podemos comparar a Casa Barbot com a Casa da Música, com o Jardim de Serralves, ou seja, são equipamentos que estão noutra patamar. Posso-te responder que estão vocacionados para outro tipo de público naturalmente dado que a oferta... também não te posso responder que a oferta seja melhor na Casa da Música, que seja melhor em Serralves pelo menos, pelo menos em termos de mediatismo, tudo o que acontece lá, tem um impacto muito mais forte do que acontece na Casa Barbot. Não diria que é um dos principais espaços da zona metropolitana do Porto, diria que é um dos principais espaços culturais do concelho de Gaia. Seja como for, essa perspetiva, eu acho que a Casa Barbot, como respondi anteriormente, poderia aproveitar um bocadinho desse potencial arquitetónico de que dispõe para não estar num patamar em que se possa comparar com a Casa Da Música ou de Serralves, mas estar ali num patamar intermedio, ou seja, desligar-se um bocadinho, complementar um bocadinho esse aspeto telúrico que tem, passando um bocadinho para outro patamar que possa servir de ponto intermedio entre esses grandes polos e aquilo que a Casa Barbot é atualmente.*

Existiu um grupo de perguntas que apenas se aplicou ao grupo dos jornalistas pois acreditamos que estas respostas revelariam mais factos que ajudariam a perceber mais e melhor o assunto da notoriedade da Casa Barbot.

#### **1.6. Tem conhecimentos da existência do gabinete de comunicação do Pelouro da Cultura da Camara Municipal de Gaia?**

Esta questão foi feita no sentido de enquadrar as outras duas perguntas, mas dada as respostas foram incluídas nesta parte do trabalho. Todos responderam de forma sucinta e positiva exceto Maria José Guedes cuja resposta foi uma reflexão das conversas que os investigadores tiveram foram das entrevistas com os próprios entrevistados, mas também com outras pessoas que se cruzaram pelo caminho.

Assim sendo, Miguel Judas e Pedro Emanuel Santos responderam apenas com um “Sim”, Vanessa ribeiro rodrigues apenas acrescentou “*Sim, tal como todas as edilidades têm, à partida.*”, assim como para Simão Freitas “*Sim, porque já trabalhei em alguns projetos locais aqui na região e sempre tive esse contacto com o Pelouro da Comunicação e com as atividades culturais de Gaia, sim!*”.

Em contrapartida, Maria José Guedes respondeu da seguinte forma:

*É assim, o gabinete de comunicação que existe na Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, sinceramente, não sei como é que funciona, porque é assim, quando no tempo do Dr. Luís Filipe Menezes, e eu não estou a defender o Dr. Luís Filipe Menezes, mas é a realidade que tenho enquanto jornalista, e no tempo do Dr. Luís Filipe Menezes eu sabia a quem me dirigir como jornalista para um assessor de imprensa que era na altura o Dr. Pedro Fonseca. Nesta altura, nós quando queremos contactar a Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, encontramos nomes que não se identificam como assessores, pertencem a um gabinete de comunicação que eu não sei se é uma contratação extra-autárquica ou se faz parte da autarquia, por tanto é assim... não estou a dizer que é nada escuro, nem nada ilegal, nada disso! mas não... é assim, eu encaro os gabinetes de comunicação como um negócio e os assessores de imprensa não é negócio, por tanto, são coisas completamente distintas. Enquanto funcionarem assessores de imprensa que de facto deem a cara pelos seus autarcas, que consigam responder, que consigam fazer uma ponte entre a comunicação social e a autarquia, isso funciona muito bem. Como um gabinete de imprensa, e tudo um bocadinho “tudo ao molho e fé em Deus”. Vai-se para uma Natasha de Lima Reis, vai-se para outras pessoas, uma Sara (estou a dizer nomes a sorte), uma Sara ou um Nuno e que ninguém conhece bem. Os rostos não nos são familiares por tanto os gabinetes de comunicação são um negócio...*

**1.7. E na sua opinião, catalogaria o gabinete como de fácil contacto? Responderam as suas questões, dúvidas, etc...**

Desmarcando-se desta pergunta temos a jornalista Vanessa Ribeiro Rodrigues quem “*Nunca os contactei, logo não estou apta para responder a esta questão.*”.

Depois apresentaram-se novamente as duas caras da moeda, sendo que três jornalistas afirmaram ser de fácil contacto, e, um outro, Maria José Guedes, argumentou o porque da sua resposta diferente. Assim sendo, Miguel Judas diz que “*Sim, mas no meu caso tenho um contacto direto e pessoal nesse departamento, o que facilita sempre a comunicação.*”.

Pedro Emanuel Santos diz que:

*Sim, eu acho que sim, que cedem bastante informação. Acho que, por vezes, a informação poderia ser, se calhar, um bocadinho mais, como é que te posso explicar? Mais completa talvez, não querendo estar a ser injusto, mas acho que poderia ser... Mas de resto, em termos de quantidade de informação, acho que sim!*

Simão Freitas faz a comparação com outras entidades que tenta contactar a diário:

*Sim, eu acho que sim até porque comparado, e aí sim posso fazer essa comparação com o resto desta Área Metropolitana, alguns são absolutamente impossíveis de contactar por telefone, ou nunca há uma pessoa que dê a cara ou não alguém com quem se possa falar ou que se saiba que há um horário fixo que tenha alguém com que se possa falar nessa altura. No Pelouro da Cultura da Câmara sempre houve essa facilidade, essa proximidade...*

A diferença do resto do grupo está então a resposta de Maria José Guedes onde argumenta que:

*É burocrático, demoram imenso a dar respostas; passam de umas mãos para as outras, depois, negligenciam a comunicação com os órgãos de comunicação social. A uns anos atrás, de facto, a comunicação social tinha um certo estatuto, era considerado, de facto, o terceiro poder e agora com este boom de gabinetes de comunicação a imprensa ficou botada também para um outro negócio que tem que ver com audiências, tem que ver com vendas de jornais, tem que ver com a inserção de*

*publicidade e, por tanto, a informação ficou um bocado dependente de toda uma circunstância que não tem nada a ver com aquilo que se propõe que é: informar as pessoas factualmente, isentos e ser um veículo de liberdade de expressão a seria.*

### **1.8. Na sua opinião, a Casa Barbot suscita algum interesse para ser mediatizado?**

Todos os jornalistas acreditam no valor da Casa Barbot e acreditam por tanto que há interesse em comunicar sobre ela e sobre o que ali se faz. Das respostas que obtivemos a esta questão temos a do Miguel Judas com um “*sim*”, a Vanessa Ribeiro Rodrigues com “*Sim, desde que seja configurada uma estratégia na oferta cultural que mobilize para se visitar o espaço.*”.

Para Pedro Emanuel Santos “*Sim, suscita porque, lá está, por causa da oferta cultural que tem e também da atividade constante que tem, e da diversidade cultural que tem também a Casa Barbot.*”.

Para Simão Freitas:

*“Sim, sem dúvida e acho que não é mediatizada como deve, tanto na comunicação institucional da câmara como na relação da câmara com os jornalistas. É um espaço claramente de excelência tanto no que toca a arquitetura do espaço, como o que toca as suas atividades dentro daquele contexto da cidade e é muito raro, mas muito raro mesmo, vemos menções a Casa Barbot o sobre o que se passa lá, (...) tem muitíssimo mais potencial para ser mediatizado do que aquilo que está, totalmente!*

Por último, Maria José Guedes:

*Claro que suscita! E se for bem aproveitada, e se, de facto, o Pelouro da Cultura ao invés de se dedicar mais a bienais e essas coisas que também são importantes, ou a Festivas de Marés-Vivas que também são importantes, mas se recuperarem edifícios históricos da cidade, se contarem a população essa história importante que esses edifícios podem*

*representar a nível de capitalização de turistas e de divisas para nossa cidade, provavelmente que o resultado seria melhor. Uma coisa não impede a outra, acho que as verbas estão a ser muito canalizadas para grandes festivais de massas e estão a ser pouco utilizadas para a recuperação dos edifícios, dos monumentos que a nossa cidade tem e só se lembram disso, de facto, em época de eleições e quando interessa.*

Para acabar as entrevistas, a todos os inquiridos tiveram de responder a esta última questão:

**1.9. Pensa que é possível melhorar, de algum modo, a notoriedade da Casa Barbot? Quer dar exemplos de medidas?**

**1.9.1. Na perspectiva dos artistas**

Para todos, mais do que possível é necessário melhorar. Assim, para Maria rosas:

*“Seria essencial considerar um horário fixo de fim de semana, desse modo promoviam--se as visitas de turistas e residentes que de outro modo não têm possibilidade de visitar. Aproveitar a acessibilidade de metro como uma mais valia para trazer mais publico. Actualizar a informação online das actividades desenvolvidas (essencial hoje).”*

Para Monica Faverio:

*“Sim, eu acho que sim, como qualquer espaço, merece imenso porque é um sitio lindíssimo. É uma joia!”* Ademais acrescentou que *“Por exemplo (...) A questão de ter pessoas ligadas a cultura a frente, não é? Que sejam pessoas inteligentes, pessoas que quisessem investir na cultura e na arte.”*

Lourdes dos anjos deixa as suas recomendações:

*É evidente, é possível e é urgente! É possível e urgente porque aquela casa merece e nós também. (...). Ora bem, exemplos de medidas: fazer lá*

*conferências sobre temas interessantes, sobretudo, a comunidade escolar, aos mais velhos, aos mais velhos dando-lhes motivos para se juntarem ali, porque não, numa daquelas entradas e há lá tanto espaço, não fazer um pequeno bar? Ou nos jardins da Casa Barbot? (...). Por tanto, acho que se fizéssemos ali, implementássemos ali reuniões onde os assuntos dos jovens fossem debatidos; onde levássemos lá, porque não, as escolas fazendo uma visita de estudo pondo as crianças... eu já participei numa coisa dessas onde as crianças perguntam e olham admiradas para o teto e perguntam “que coisa tão bonita. Como se fazia isto?”. Agora, realmente esquecer, virar as costas e por lá duas pessoas que são do meu partido para terem um vencimento ao fim do mês, penso que isto não leva a lado nenhum, já temos que cheguem na assembleia da republica.*

Por último, para Miguel bandeirinhas deixa as suas propostas:

*Acho que sim, acho que a Casa Barbot deveria ter um site que não tem. Deveria estar mais sinalizado e não só com aquela placa luminosa, pequena que diz Casa Barbot e que as pessoas não sabem e pensam que é das tintas. Ou seja, dar-lhe um pouco da marca Gaia, já que há uma marca agora que se chama Gaia, é passar um pouco dessa marca, um pouco da cor para ali, ou seja, publicitar. Os eventos, uma pessoa para saber o que se passa lá dentro, tem de ir lá dentro. (...). Um outdoor, qualquer coisa assim, mas... acho que, é necessário isso porque é uma casa com tanto potencial e volto a dizer, embora pequena, cabe tanta arte como a maior sala de espetáculos do país e é acessível ao público, ou seja, as pessoas entram e convivem no meio desta agitação toda cidadina e por aí fora, convivem com arte nova aí ao lado. Por exemplo: eu venho das compras ao sábado e, se eu quiser, ou venho do Pingo doce, e se eu quiser entro na Casa Barbot e pode estar a haver um concerto e espero realmente que as obras avancem e que está casa abra novamente, o mais rápido possível, porque faz muita falta aos artistas e faz muita falta as pessoas de Gaia e as pessoas que se deslocam de propósito para vir a Casa Barbot. Porque, das apresentações que já lá fiz, eu tinha gente a vir da Póvoa por ser a Casa Barbot, gente a vir de Viana do Castelo por ser a Casa Barbot.*

### 1.9.2. Na perspetiva dos jornalistas

Neste grupo todos os jornalistas afirmaram que é possível fazer melhorias, e vários jornalistas optaram por sublinhar a questão da visibilidade nas plataformas on-line.

Para Vanessa Ribeiro Rodrigues a Casa Barbot precisa de “*Divulgação das atividades em muppies, metro do Porto.*”. Para Miguel Judas “*Penso que deveria ser melhor divulgada/comunicada, bem como toda a programação que aí acontece. E penso que o site a informação on-line, relativa à Casa Barbot, deveria também ser melhorada.*” Para Simão Freitas é importante separar a questão camararia, da questão cultural e do valor próprio da casa:

*Sim, eu acho que em primeiro lugar, era aquilo que eu falava logo no início, ou seja, fazer chegar as pessoas que aquilo não é uma casa que a câmara tem, mas que não funciona lá nada e acho que ainda há muita gente a pensar assim ou então passar aquelas ideias de que não é só uma casa onde estão técnicos da câmara a fazer trabalhos administrativos, não, há vida ali dentro e é vida cultural! E é esta questão de haver um maior contacto com os media para que os meios tenham esse entendimento de que há cultura ali dentro e há atividades que merecem ser explicadas porque vivemos num tempo em que vemos isso cada vez mais, ou seja, festivais, lançamentos, exposições, workshops, toda a coisa, e se a Casa Barbot tem isso, há que fazer chegar isso aos media para depois fazer chegar as pessoas porque esse é o principal aspeto. Mas mesmo como dizia a pouco, mesmo na comunicação institucional da câmara, ela tem de aparecer mais vezes e com uma presença mais musculada, por assim dizer, muito mais forte.*

Pedro Emanuel Santos:

*Pode ser melhorada de algumas formas até para captar mais público, através de, sobretudo, mais promoção institucional sobretudo, porque, isto é, como tudo, pode ter a melhor exposição do mundo, pode ter a melhor oferta do mundo, mas se não for promovida é como se não existisse. Não é que não haja promoção, que eu acho que há, mas acho*

*que não é suficiente, se houvesse mais, talvez poderia aumentar a notoriedade da Casa Barbot.*

Para Maria José Guedes alargar o nicho e educar desde pequeno as pessoas são das soluções mais apropriadas:

*É possível melhorar, nomeadamente, com visitas de estudo desde as escolas primárias porque, ao contrário do que as pessoas responsáveis políticas pensam, as crianças gostam de conhecer monumentos. Não é à toa que, antigamente, se faziam passeios a Guimarães para ver o Castelo para ver o Passos dos Duques, aqui também fazia sentido fazer visitas de estudo desde as escolas primárias que são muitas em Vila Nova de Gaia e temos uma população superior ao Porto. Fazerem-se visitas de estudo aos monumentos que temos, nomeadamente, a Casa Barbot e aí sim, desde pequeninos as crianças iam ficar com interesse, nomeadamente, fazerem desenhos e exporem lá, criar um dinamismo, fazerem festivais na própria casa (...). E atrás das crianças vão os pais, vão os professores, vão os familiares e, tudo isso, é uma bola de neve que vai crescendo. Mas isto é preciso, nem é preciso muito dinheiro, é preciso vontade política, uma vontade política que não se traduz em grandes votos, mas que se traduz numa coisa mais importante que é incentivar a cultura.*

### **1.9.3. Na perspetiva dos integrantes da Casa Barbot**

Para Carla Vieira a reabilitação da casa vai trazer consigo melhoramentos na sua performance cultural:

*Eu julgo que sim, que depois das obras feitas teremos melhores condições para poder receber até outro tipo de iniciativas e poder então chamar mais público, mesmo no espaço exterior (...). Mais comunicação, porque há muitas pessoas que não conhecem, não sabiam que ali aconteciam exposições, que acontecia concertos, havia os concertos para bebés e lá está era mais a “palavra passa palavra” que conseguia chamar as pessoas, do que propriamente a comunicação e essa comunicação era feita, mas não sei porque...*

Para Vitor pinto existe possibilidades de melhoria, “*Haveria muito a fazer: criação de um sítio multilingue, produção de material promocional (flyers, cartazes...), criação de merchandising seria uma boa opção, incentivo à produção de estudos académicos...*”

#### **1.9.4. Na perspetiva dos comunicadores**

Neste grupo os comunicadores também acreditam na melhoria da Casa Barbot.

Para Pedro Matos Trigo, mais e melhor comunicação assim como aproveitamento das diferenças arquitetónicas da casa foram valorizadas para esta resposta:

*Sim! Se o município de Gaia quiser voltar a utiliza-lo, independentemente ser como Pelouro da Cultura o como um Polo nomeadamente cultural é perfeitamente possível, que a casa não sendo de salas muito espaçosas, permite fazer uma coisa que foi muito feita lá que são micro eventos e, portanto, pode-se tirar partido da casa para usufruição pública obrigando as pessoas a frequentar a Casa e conhece-la. Fizeram-se lá várias exposições, momentos musicais, teatro... isso permitia as pessoas entrarem, alias porque aquilo tinha uma porta aberta ao público, não era como na câmara, não tinha um segurança, não! Aquilo era um imóvel de interesse público, aliás, que as pessoas podiam visitar mesmo que não estivesse nenhuma exposição lá a acontecer, mas as pessoas podiam lá entrar e visitar a casa.*

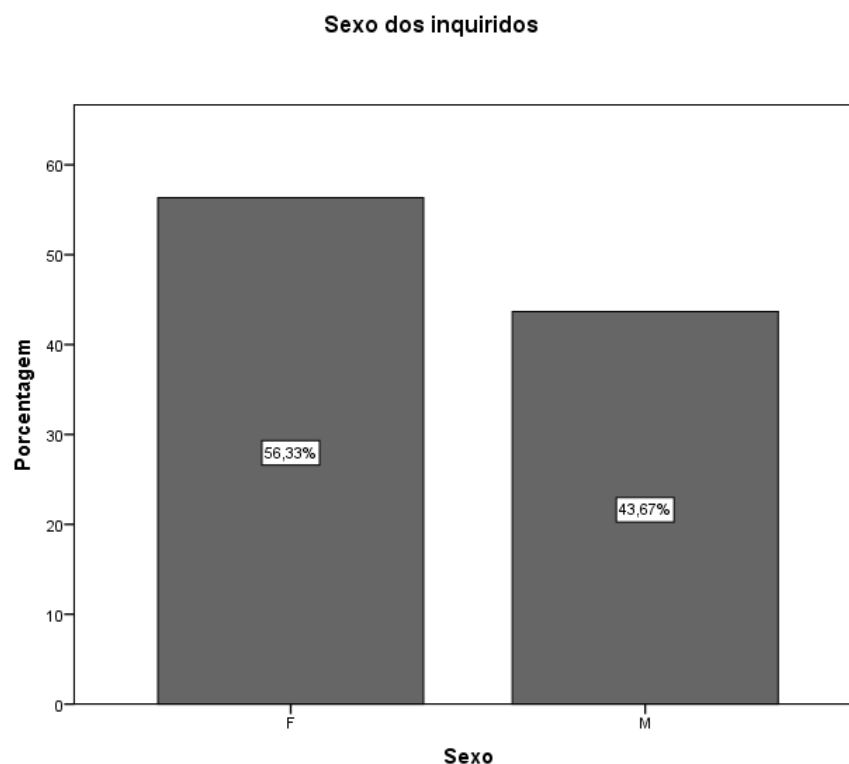
Gil Nunes apostou em mais e melhor comunicação, mas sobretudo, apostou numa interligação entre eventos e casas culturais:

*Através de campanhas de comunicação; através de publicitação; da ligação da própria Casa Barbot ao apeto arquitetónico que dispõe; ligação da Casa Barbot com outras casas semelhantes por este país fora, não digo tanto em termos arquitetónicos nem em termos de imagem, mas casas que tenham funções idênticas; ligações das apresentações dos próprios artistas que se façam na Casa Barbot que possam ter uma relação maior através de campanhas de comunicação, por exemplo, com*

*entrevistas a saírem nos jornais privilegiando a autarquia por exemplo, a aliança; apresentações e realização de exposições na própria Casa Barbot, ou seja, um bocadinho fazer com que os artistas sejam a alavanca desta Casa Barbot. Por tanto, campanhas de comunicação, respondi-te com a valorização do património arquitetónico e também da ligação dos próprios artistas com a Casa Barbot, ou seja, artistas que façam apresentações, que façam exposições seja o que for na Casa Barbot e que sejam promotores dessa mesma alavanca. Por exemplo, um projeto que se poderiam trazer para Gaia são as noites de Lorde Byron que é uma iniciativa de escrita solidária em que vários autores ficam numa noite a escrever e depois o resultado da escrita é feita uma edição dum livro desses mesmos contos, cuja receita reverte para instituições de solidariedade. São eventos de algum peso que se podem realizar, se pode aproveitar o potencial do jardim para se realizarem alguns eventos ao ar livre, eventos de menor dimensão, eventos que não sejam megalómanos, mas acima de tudo que façam... não é preciso sermos megalómanos para sermos conhecidos e para termos um bom trabalho. Por tanto, colocando o primeiro aspeto que eu te disse, colocando esse patamar intermedio entre sair um bocadinho daquele ponto digamos só telúricos que a Casa Barbot faz agora e passar um bocadinho para... não passando para aqueles grandes eventos, mas para o ponto intermedio e, a partir de aí trabalhar esse ponto intermedio que pode ser o futuro da Casa Barbot.*

## **2. Resultado dos inquéritos**

Começamos a análise pelo sexo dos inquiridos e verificamos que existe uma assimetria sendo que 56,33% dos inquiridos são do sexo feminino e 43,67% dos inquiridos são do sexo masculino.



*Ilustração 1. Fonte: SPSS*

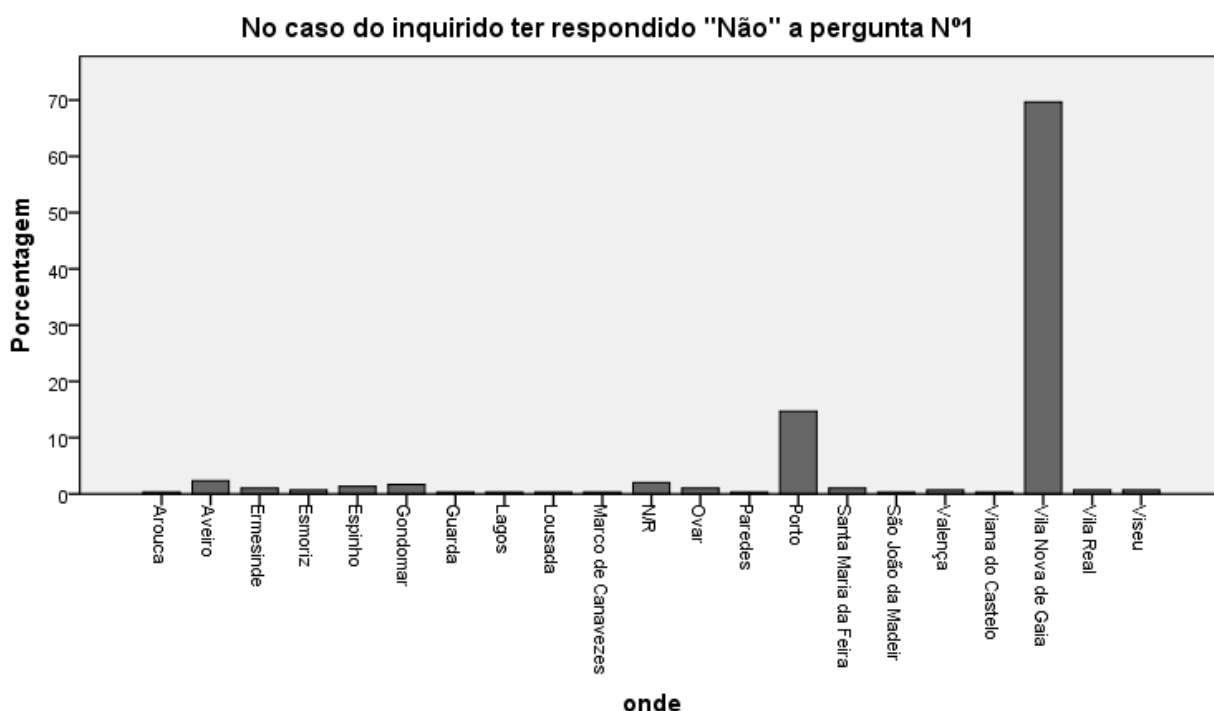
No que toca à faixa etária dos indivíduos inquiridos contactamos que existiu uma amplitude dos 15 aos 80 anos sendo que a maioria dos inquiridos concentraram-se na faixa etária dos 18 a 40 anos com 196 indivíduos, seguindo-se a faixa etária dos 40 e 60 anos com 74 indivíduos. As faixas menos representativas agruparam os indivíduos dos 15 aos 18 anos e a faixa etária dos 60 aos 80 anos, com 8 e 22 indivíduos respetivamente<sup>3</sup>.

No que diz respeito a profissão dos inquiridos destacaram-se cinco grupos principais: em primeiro lugar se destacou o “Estudante” com 21%, em segundo o “Desempregado(a)” com 7%, continuando com a profissão de “Lojista” com 5,66%, seguido do “Reformado(a)” com 4,33% e por último, das profissões que mais se destacaram, encontramos o “trabalhado(a)-estudante” com 2,66%. Com tudo, existiu uma enorme variedade de profissões, como por exemplo: cozinheiro(a), administrativo(a), bancário(a), médico(a), advogado(a), guia turístico, entre muitas outras.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> O gráfico (Ilustração 2) pode ser consultado no apêndice 17 desta dissertação.

<sup>4</sup> O gráfico (Ilustração 3) pode ser consultado no apêndice 17 desta dissertação.

Depois de caracterizada a amostra, avançamos para a análise por pergunta e é logo na primeira pergunta que se questiona aos inquiridos com “*É residente em Vila Nova de Gaia?*”. 69,67% responde “sim”, sendo que os restantes 30,33% respondeu “não”. Aos que responderam com “não”, foi colocada a pergunta adicional “onde?”. Os resultados vieram afirmar que se tratavam de indivíduos que viviam nas redondezas, mas que trabalham e/ou estudavam em Vila Nova de Gaia. Das cidades mais representadas estiveram: Porto com 14,67%, Aveiro 2,33%, seguido de Gondomar com 1,67%, Espinho 1,33% e Ermesinde com 1,00%.



*Ilustração 4. Fonte: SPSS*

A segunda pergunta tinha o propósito de perceber se sabiam onde se encontra sediado o pelouro da cultura da Câmara Municipal de Gaia e os resultados mostraram que 59% dos inquiridos não sabe e apenas 41% diz saber onde se encontra sediado.<sup>5</sup>

A terceira pergunta era bastante objetiva “*Conhece a Casa Barbot?*”: a maioria, 74,67% respondeu “sim”, e uma minoria, 25,33% respondeu que “não”<sup>6</sup>. De forma a complementar esta pergunta, em caso de o inquirido responder “sim”, pediu-se que

<sup>5</sup> O gráfico (Ilustração 5) pode ser consultado no apêndice 17 desta dissertação.

<sup>6</sup> O gráfico (Ilustração 6) pode ser consultado no apêndice 17 desta dissertação.

respondesse se conhecia missão da Casa Barbot e os resultados foram bastante esclarecedores mostrando um desconhecimento pela maioria.

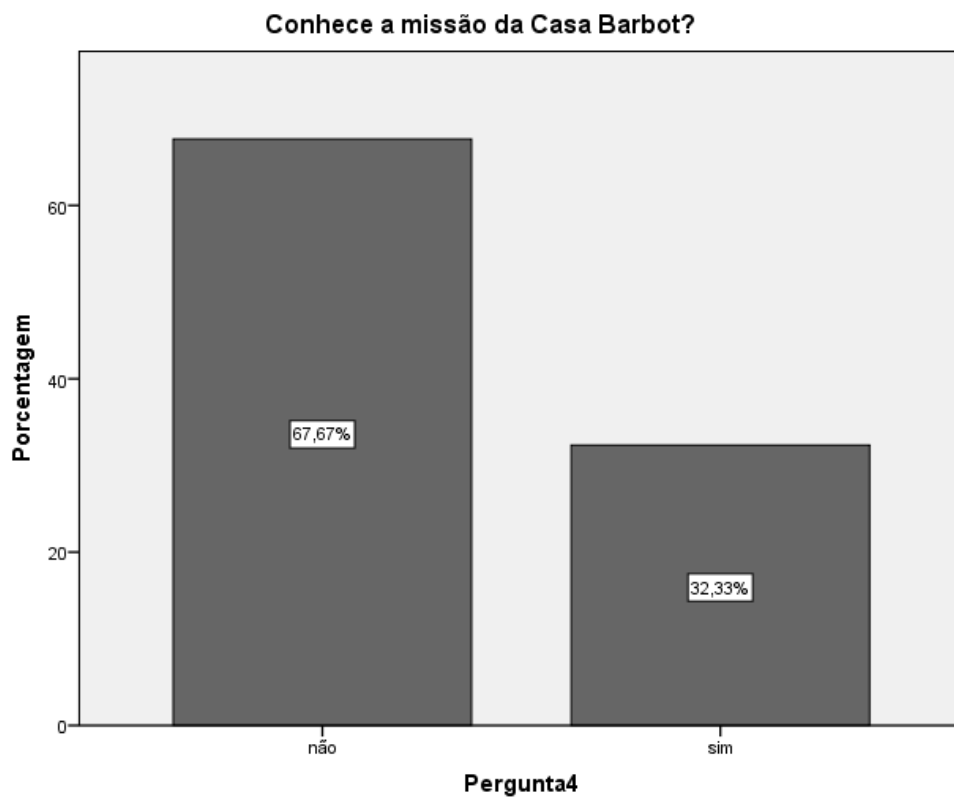
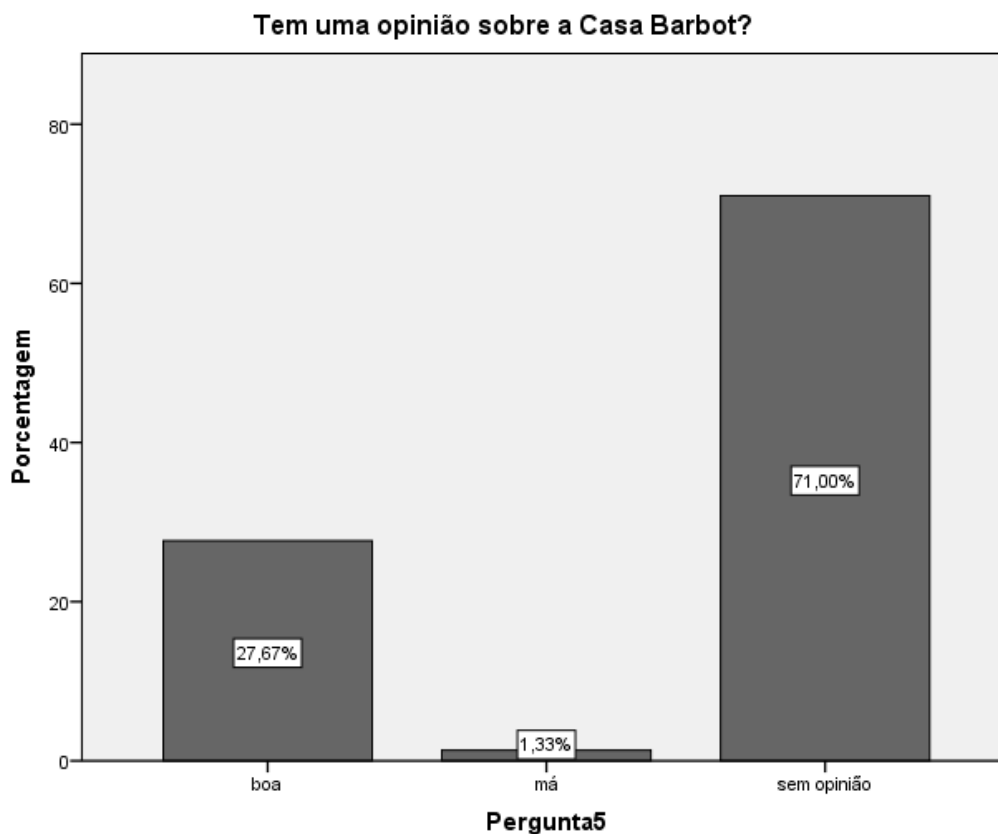


Ilustração 7. Fonte: SPSS

A quinta pergunta focava-se na opinião dos inquiridos e, para isso, foram dadas apenas três possibilidades de respostas: “boa”, “má” ou “sem opinião”. A resposta vem a confirmar a tendência da pergunta anterior, já que 71%, demonstra uma evidente falta de opinião causada pela falta de conhecimento, 27,67% tem uma boa opinião e apenas 1,33% tem uma má opinião sobre a Casa Barbot.



*Ilustração 8. Fonte: SPSS*

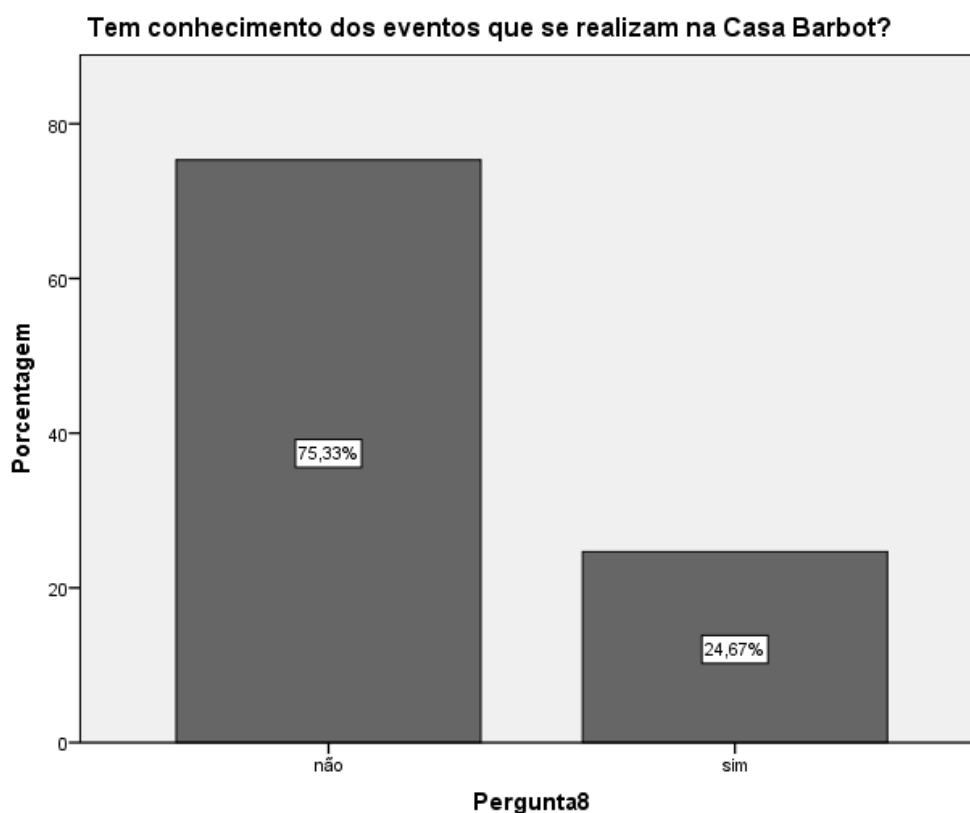
Na sexta pergunta quisemos saber se tinham os inquiridos já tinham visitado alguma vez a Casa Barbot – 78,67% respondeu negativamente e apenas 21,33% confessa ter visitado as instalações da Casa Barbot <sup>7</sup>. Dada esta resposta e para perceber até que ponto estão informados focamos a seguinte pergunta no seu estatuto, foi perguntado ao inquirido se sabia que a Casa Barbot é considerada monumento de interesse público. Os resultados demonstraram que a maioria, exatamente 52,33%, não sabe que a Casa Barbot mantém esse estatuto há algum tempo. Já os outros 47,67% disseram que sabiam ou confessam ter “ouvido ou lido em algum lado” essa informação<sup>8</sup>.

Voltando à questão do nosso objetivo inicial, a notoriedade, e sobretudo relacionado com os *media*, a oitava pergunta foi a seguinte: “*Tem conhecimento dos eventos que se realizam na Casa Barbot?*”. A tendência do desconhecimento sobre a

<sup>7</sup> O gráfico (Ilustração 9) pode ser consultado no apêndice 17 desta dissertação.

<sup>8</sup> O gráfico (Ilustração 10) pode ser consultado no apêndice 17 desta dissertação.

Casa Barbot continua a acentuar-se a cada resposta dada pelos inquiridos, assim sendo, 75,33% respondeu “não” e só 24,67% respondeu “sim”.



*Ilustração11. Fonte: SPSS*

De forma a atingir o nosso objetivo, as duas últimas perguntas do inquérito foram dedicadas à estratégia de comunicação. A penúltima pergunta questionava aos inquiridos o seguinte: “*Na sua opinião, mudaria a estratégia de comunicação do Pelouro da cultura da Câmara de Vila Nova de Gaia?*”. Com 61,67% para “sim” os inquiridos evidenciaram que o Pelouro deveria apostar em novas estratégias, a diferença dos 28,00% que acharam que não deveria mudar, dado que muitas deles acharam que a falta de conhecimento não era derivada da falta de comunicação, mas sim da falta de tempo e de procura por parte dos próprios inquiridos. Apenas 10,33% não respondeu à questão<sup>9</sup>.

<sup>9</sup> O Gráfico (Ilustração 12) pode ser consultado no apêndice 17 desta dissertação.

Dos inquiridos que responderam de forma positiva, foi ainda perguntado o “porquê?”. As respostas eram semelhantes, a continuação apresentamos as que reuniram maior consenso:

- “*Há pouca divulgação dos eventos e favoritismo por alguns espaços culturais*”;
- “*Passa despercebido*”;
- “*desconheço a existência*”;
- “*deviam fazer mais divulgação das atividades*”;
- “*mais visibilidade*”;
- “*Mais outdoors, por exemplo na Câmara Municipal, transportes públicos, etc.*”;
- “*mais divulgação em plataformas on-line, redes sociais, etc.*”

A última questionava exatamente o mesmo sobre a Casa Barbot. Para 68% dos inquiridos a resposta foi “sim”, já para 23% “não” é necessária qualquer mudança na estratégia de comunicação. Apenas 9% achou que não se encontrava capaz de responder a esta questão.

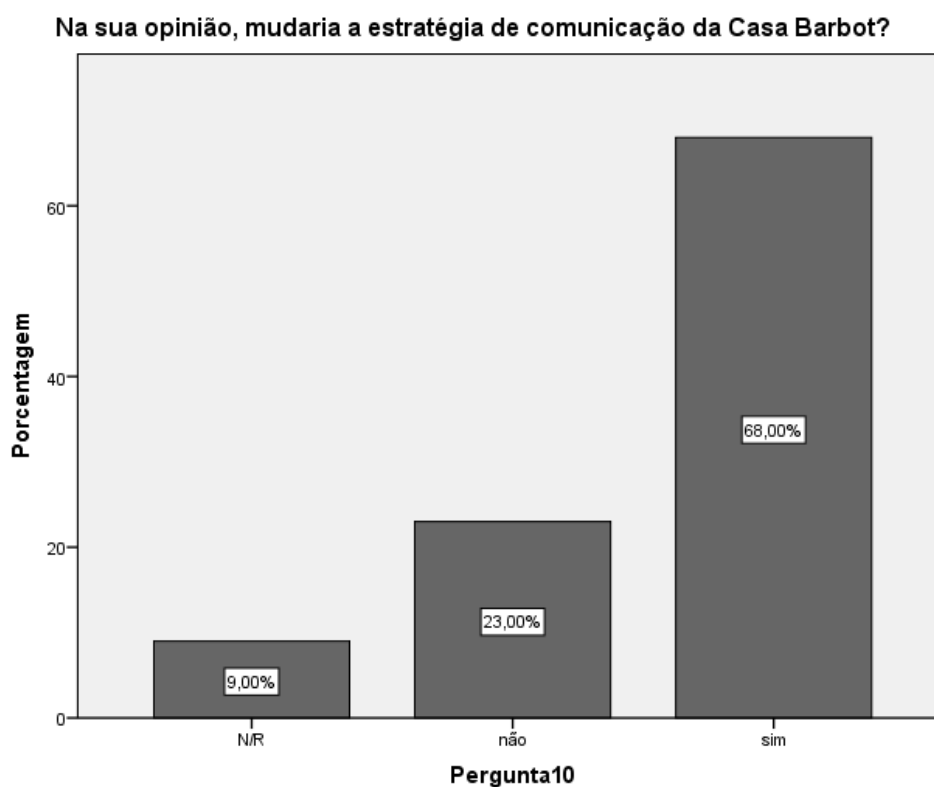


Ilustração 13. Fonte: SPSS

Neste caso também foi pedido o “porque?” a todos aqueles inquiridos que responderam “sim”. As respostas foram bastante semelhantes às utilizadas na pergunta anterior, e também reuniam consenso entre si:

- *“porque desconheço de todo”;*
- *“Passo a diário e não suscita grande interesse ao público já que não explicam se há eventos e se é possível entrar”;*
- *“Ninguém se apercebe do seu valor dado o estado em que se encontra e a pouca visibilidade que tem”;*
- *“Passo aqui todos os dias e nem fazia ideia de que era assim tão importante. Deviam comunicar melhor o trabalho e sobretudo o imóvel”;*
- *“Mais outdoors, por exemplo na Câmara Municipal, transportes públicos, etc.”;*
- *“Inovar, diversificar e incluir mais os jovens”.*

### **3. Análise quantitativa ao produto jornalístico publicado sobre a Casa Barbot**

A Casa Barbot tem vindo a apagar-se ao longo dos últimos anos e da mesma forma a sua presença nos meios de comunicação social. Nosso estudo foca-se na notoriedade e, dada a nossa área de desenvolvimento, esta perspetiva figurava-se como a mais importante, mas no momento da recolha da amostra percebemos que seria difícil.

Sendo Pelouro da Cultura da Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, monumento de Interesse Público e situado numa artéria vial como é a Av. Da República, esperávamos uma maior e melhor exposição mediática, no entanto apenas encontrámos 53 notícias entre os três jornais. Embora seja uma amostra pequena é muito relevante, pois não só confirma os resultados obtidos nas análises anteriores, como confirma as questões colocadas durante o estágio.

Partindo para uma análise mais detalhada podemos observar que, além da referida escassez de notícias, existe claramente um decréscimo acentuado, embora entre 2007 e 2009 houve uma “aberta”.

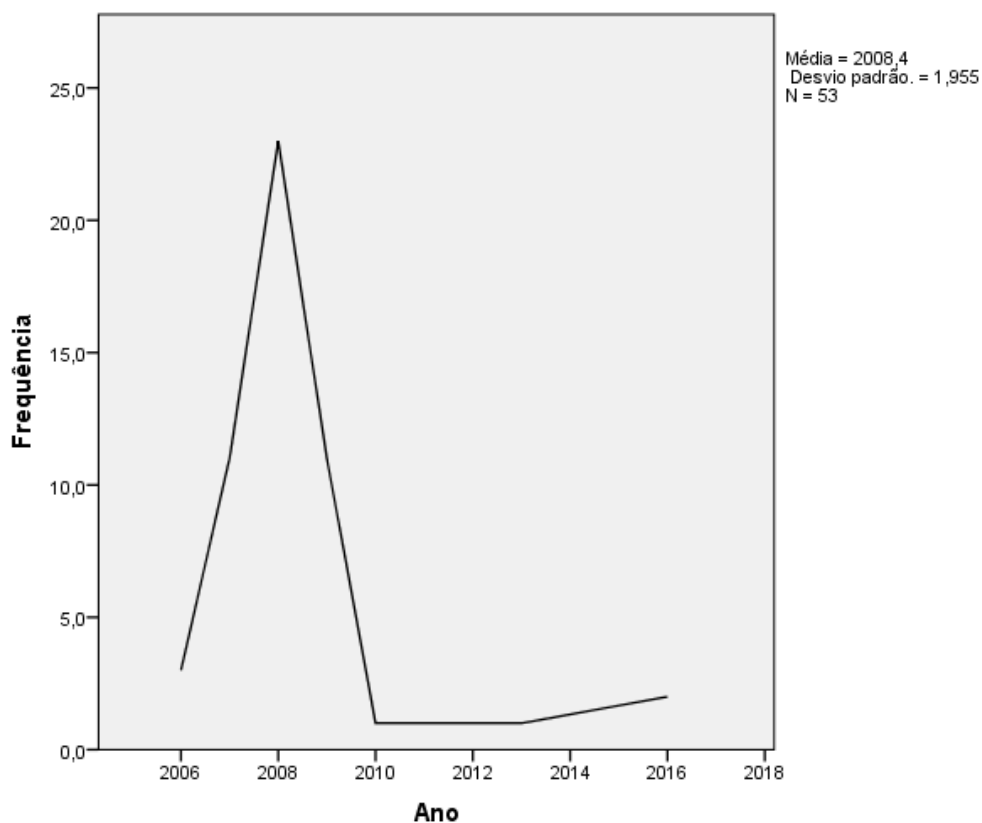
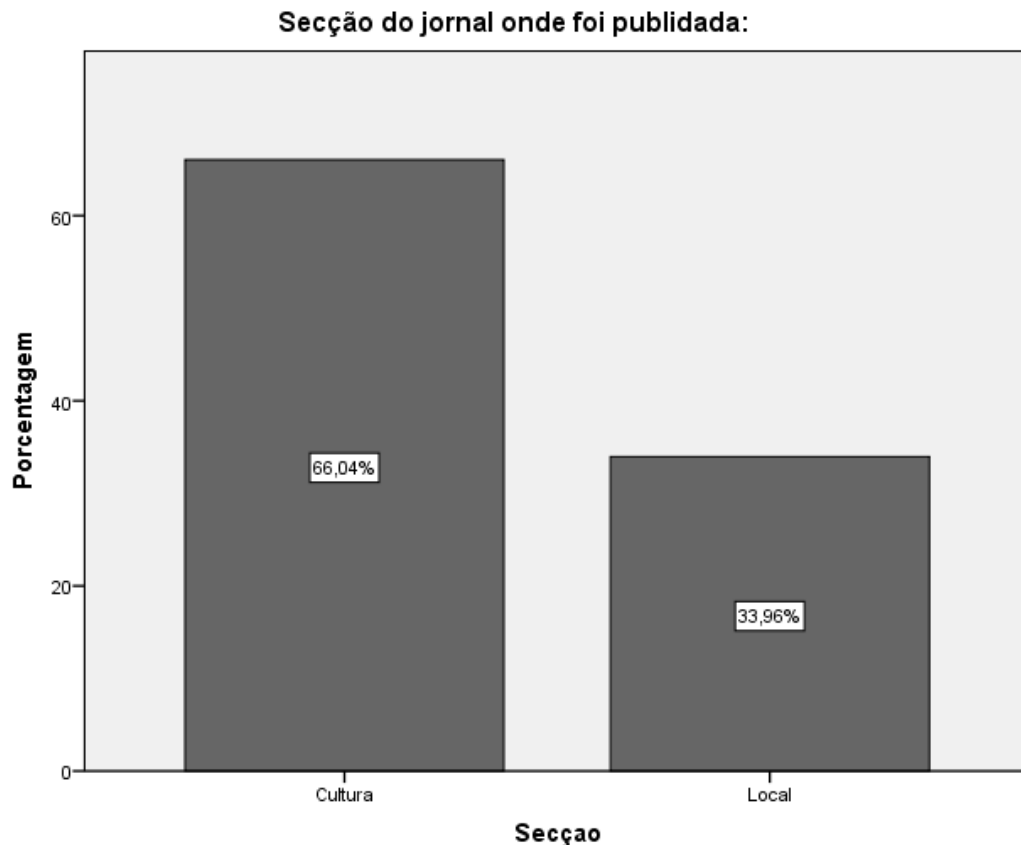


Ilustração 20. Fonte: SPSS

Dos jornais escolhidos para a amostra, nem todos acharam relevante fazer notícias sobre a Casa Barbot. Exemplo desta questão temos o jornal *Observador* que não publicou qualquer notícia. Já o *Jornal de Notícias* publicou 16 peças que equivalem ao 30,19% e o *Público* publicou 37 peças que representam o 69,81%<sup>10</sup>.

A seguir focamo-nos em perceber o motivo que levou a publicação das notícias. Em primeiro lugar, verificamos que os jornais publicaram as peças em apenas duas secções: Cultura e Local.

<sup>10</sup> O gráfico (Ilustração 21) pode ser consultado no apêndice 18 desta dissertação.



*Ilustração 22. Fonte: SPSS*

Em segundo lugar, analisamos qual era o motivo da seleção. No *Jornal de Notícias*, no que toca à secção onde foram publicadas as notícias sobre a Casa Barbot, das duas secções, doze notícias (75%) encaixaram na secção da Cultura, enquanto quatro notícias (25%) se encaixaram na secção de local.

Dentro desta divisão, as que corresponderam à secção de cultura foram por três razões em específico: 1) o concurso da *Egg Parade*, (um concurso na época da pascoa e bastante diferente e pontual); 2) a criação do passaporte cultural que fez ligação com outras entidades culturais de Vila Nova de Gaia e, 3) Cartaz cultural. Na secção de local por dois razões específicas: 1) como ponto de interesse turístico para a Região Norte e, 2) problemas na estrutura física.

No *Público*, seguindo a mesma tendência do *Jornal de Notícias*, as notícias publicadas sobre a Casa Barbot ocuparam unicamente a secção de cultura e local. Destas duas secções vinte e três notícias (62%) foram encaixadas na secção da Cultura, enquanto catorze notícias (38%) se encaixaram na secção de local.

Assim sendo, as que se configuraram dentro da secção de cultura corresponderam a:

- 1) Cartaz cultural;
- 2) a criação da revista e agenda cultural, assim como também o passaporte cultural que fez ligação com outras entidades culturais de Vila Nova de Gaia e,
- 3) A introdução desta casa como equipamento cultural da Camara Municipal de Vila Nova de Gaia.

No que concerne a secção local, as razões foram da mesma ordem que foi especificada na análise do *Jornal de Notícias Online*, entenda-se, como ponto turístico de interesse histórico.

Assim sendo, percebemos que não existe grande interesse cultural pela Casa Barbot como monumento, pelouro ou pela qualidade arquitetónica e artística. E convém sublinhar que, as publicações da Casa Barbot no Cartaz Cultural, demonstram a tendência do jornalismo cultural da qual falamos na parte teórica do trabalho, onde o uso e abuso dos espaços culturais como agenda se sobrepõem a sua capacidade de educadores sociais.

## CAPÍTULO VII - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Depois de realizado o estágio, do levantamento teórico e do subsequente estudo de caso que realizámos estamos em condições para dar os primeiros passos no sentido de desenvolver uma conclusão sobre a notoriedade da Casa Barbot.

A questão do levantamento teórico permitiu-nos perceber a relação intrínseca entre comunicação e cultura e, também a sua relação com a evolução da humanidade, tendo em conta a necessidade inata do ser humano formou e transformou o mundo naquilo que hoje em dia conhecemos. Se por um lado a comunicação evoluiu com o um poder de gerir multidões e gerar o caos e mesmo a mudança, a cultura, por outro, estabeleceu-se, desde sempre, como um dos pilares fundamentais da humanidade, muitas das vezes tão presentes como transparentes. Quando à mercantilização atingiu o seu auge, nem estes dois conceitos viram-se livres da transformação derivando, no caso da cultura, de teorias como a cultura de massas, indústria cultural, indústrias criativas, etc., assim como na comunicação, a informação passou pelas mais variadas teorias: *Gatekeeping*, *Agenda-setting*, Teoria da espiral do silêncio, etc.

Estes tópicos podem ser debatidos separadamente na teoria, mas na prática não é possível. Na situação específica da notoriedade da Casa Barbot percebemos como estas teorias se misturam e se autoexcluem entre si. Embora a Casa Barbot representa uma história, um ícone da Arte Nova e uma fonte arquitetónica riquíssima, a mercantilização da cultura como um objeto de troca e as barreiras interpostas pelos meios de comunicação ao apenas noticiar aquilo que gera audiência, revelaram o panorama do jornalismo cultural em Portugal.

Poderíamos pensar que se tratava apenas de uma questão teórica ou, pelo menos, de uma situação momentânea, mas no estudo-caso desta dissertação tivemos a oportunidade de analisar, ainda que com diferentes abordagens, este dilema e as respostas foram bastante contundentes.

Assim, as entrevistas revelaram assuntos chave para melhorar a notoriedade da Casa Barbot, assim como também, sublinharam o facto de que, a Casa Barbot, tem vindo a apagar publicamente ao longo do tempo. Fazendo nossas as palavras de Pedro Matos Trigo na entrevista, “(...) *é um caso raro e, portanto, é uma pena perdermos aquilo que estava a ser feito ali*”.

Outro dos assuntos bastante debatidos pelos entrevistados foi a falta de adaptação da Casa Barbot à comunicação atual, ou seja, acrescendo à pouca exposição mediática por iniciativa própria, existe uma escolha de atividades que não saem da mesmice e que não chamam a atenção do público. Também, outros dos pontos bastante referidos foi a excessiva utilização do nome da casa como um espaço camarário ao invés de fazer ênfase a cultura em si.

O abandono da casa, física e publicamente, apenas enegreceu mais o panorama que se faz sentir um pouco por todo lado e que Mónica Faverio resumiu com “*Portugal sofre muito de um bocadinho de pouca autoestima*”.

Na questão dos inquiridos a população que vive e/ou trabalha em Vila Nova de Gaia, intensificou-se as ideias que profissionais e pesquisadores tinham até o momento e que vieram confirmar não só o desconhecimento do qual nos tínhamos apercebido ao longo do decorrer do estágio, como também a ideia dos profissionais entrevistados quando afirmaram que a Casa Barbot se foi desvanecendo. Dos inquiridos 59% demonstrou saber onde se encontrava sediado o Pelouro da Cultura da Câmara de Vila Nova de Gaia e 74,67% respondeu que conhecia a Casa Barbot. A questão seguinte, relacionada com a missão da Casa Barbot, veio confirmar a disparidade das questões anteriores visto que 67,67% respondeu que desconhecia completamente, alguns atreveram-se a afirmar aos investigadores que apenas conheciam de nome e/ou de vista.

Não trouxe grande admiração que as respostas seguintes inclinaram a balança completamente para uma falta de opinião generalizada pela população, falta de conhecimento físico e histórico do património e até desconhecimento duma agenda cultural.

Os 300 inquiridos revelaram que se houvesse mais visibilidade teriam visitado ou, pelo menos, tinham tentado saber do que se tratava ao invés de assumir que se tratava “*de uma antiga casa em ruínas em pleno centro da cidade*” (inquirido anónimo).

Por último, a recolha de artigos reforçou as ideias debatidas até agora - dos três jornais analisados o jornal *Público* foi o que mais apostou na divulgação, seguido do *Jornal de Notícias* e, por último, sem qualquer publicação, o jornal *O Observador*.

Sendo necessário alargar a pesquisa para um período de 2006 até 2016 para recolher material suficiente para analisar, apenas 53 peças foram encontradas, embora poucas e pouco informativas a nível cultural.

Dentro das razões que os levou a publicar sobre a Casa Barbot destacaram-se três: 1) cartaz cultural, 2) apenas um evento em específico que foi a iniciativa do passaporte cultural e 3) motivos ligados a sua estrutura estar junto aos tuneis da estação ferroviária da CP e, em determinadas alturas, existir pequenos acidentes e incidentes. Em resumo, esta recolha de artigos acentua o estado carente em que se encontra a Casa Barbot aos olhos de todos.

Chegou o momento em que somos capazes de responder à questão que colocamos ao início deste trabalho - Poderá ser uma questão de percepção pessoal ou a Casa Barbot perdeu o seu esplendor? - e, por isso, concluímos que a notoriedade da Casa Barbot é quase nula e não se trata apenas de uma questão de percepção pessoal, mas de uma ideia existente nos habitantes de Vila Nova de Gaia originada não só pela pouca noticiabilidade de que a Casa Barbot é alvo por parte dos media, como também pela constante pouca frequência com que as informações são divulgadas pela casa. É imperioso reabilitar a casa em todos os sentidos pois, o seu desvanecimento ao longo dos anos, atingiu o último degrau deixando-a não só invisível como ninho cultural, como também a nível do imóvel em si.

Por muito que se tenha apagado, não se apagou para aqueles a quem a cultura significa alguma coisa, para aqueles que prezam Vila Nova de Gaia e seus monumentos. Reforçar a autoestima cultural e regional através da Casa Barbot não enaltecerá um partido político, mas sim um povo necessitado de conteúdo e cultura.

## BIBLIOGRAFIA

- Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação. (2017). Obtido de APCT: <http://www.apct.pt/index.php>
- Bastos, H. (2000). *Jornalismo Electrónico: internet e reconfiguração de práticas nas redações*. Coimbra: Minerva.
- Bastos, H. (2010). *Origens e evolução do ciberjornalismo em Portugal. Os primeiros 15 quinze anos (1995-2010)*. Porto: Afrontamento.
- Berger, P., & Luckman, T. (2004). *A construção social da realidade* (24ª ed.). Petrópolis: Editora Vozes. Obtido em 30 de abril de 2017, de <https://estadoeadministracaofcap.files.wordpress.com/2012/10/bergerluckmann-19851.pdf>
- Berlo, D. (1991). *O processo da comunicação* (7ª ed.). São Paulo: Martins Fontes.
- Cádima, F. (1995). *O fenómeno televisivo*. Lisboa: Cículo de Leitores.
- Cádima, F. (1996). *Salazar, Caetano e a televisão portuguesa*. Lisboa: Editorial Presença.
- Cádima, F. (2001). *Anuário da comunicação 2000-2001*. Lisboa: Obercom - Observatório da Comunicação.
- Carmo, T. (2006). *Evolução portuguesa do jornalismo cultural*. Obtido em 06 de março de 2017, de JANUS.ANUÁRIO: <http://janusonline.pt>
- Carrilho, M. M. (1999). *Hipóteses de cultura*. Lisboa: Editorial Presença.
- Carvalho, A. (2009). *A RTP e o serviço público de televisão*. Coimbra: Almedina.
- Castro, A. (2013). El periodismo, la cultura y la vida. La importância del periodismo cultural en la actualidad. *El Confidencial*. Obtido em 16 de janeiro de 2015, de [http://blogs.elconfidencial.com/cultura/tribuna-de-expertos/2013-10-02/el-periodismo-la-cultura-y-la-vida\\_33744/](http://blogs.elconfidencial.com/cultura/tribuna-de-expertos/2013-10-02/el-periodismo-la-cultura-y-la-vida_33744/)
- Cloutier, J. (1975). *A era de EMEREC*. Lisboa: I. T. E. .
- Coelho, T. (1993). *O que é Industria Cultural*. Brasília: Editora Brasiliense.
- Correia, F. (1998). *O jornalista e as notícias*. Lisboa: Editorial Caminho .
- Domingues, I. (2004). Qualidade nos serviços públicos - constrangimentos e possibilidades. *Episteme*, N° 13-14, pp. 225-242. Obtido em 16 de fevereiro de 2016, de <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/6382/4/Qualidade%20nos%20servi%C3%A7os%20p%C3%ABlicos%20-%20possibilidades%20e%20bloqueios.pdf>
- Eco, U. (1984). *Apocalípticos e integrados*. España: Editorial Lumen.

- Eliot, T. S. (2005). *Notas para uma definição de cultura*. São Paulo - Brasil : Editora Perspectiva S. A.
- Faro, J. S. (2006). Nem tudo que reluz é ouro: contribuição para uma reflexão teórica sobre o jornalismo cultural. *Comunicação & Sociedade - Opinião pública na Idade Mídia*, 28, pp. 143 - 163. Obtido em 15 de fevereiro de 2016, de <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/3871/3384>
- Faro, J. S. (2014). *Apontamentos sobre jornalismo e cultura*. Buqui . Obtido em 16 de janeiro de 2015, de <http://www.buqui.com.br/ebook/apontamentos-sobre-jornalismo-e-cultura-735126.html>
- Ferin, I. (2002). *Comunicação e culturas do quotidiano*. Lisboa: Quimera.
- Fonseca, A. (2006). *O verdadeiro jornalismo cultural*. Obtido em 20 de fevereiro de 2016, de Cultura e Mercado : <http://www.culturaemercado.com.br/site/noticias/o-verdadeiro-jornalismo-cultural/>
- Fontcuberta, M. d. (2010). *A notícia. Pistas para compreender o mundo* (3ª ed.). Lisboa: Casa Das Letras.
- Francisco, N. (2012). *Televisão e consumos culturais*. Tese de Doutoramento, Universidade da Beira Interior, Ciências da Comunicação, Covilhã. Obtido em 20 de agosto de 2016, de <https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/2815/1/TESE%20Nuno%20Francisco.pdf>
- Gadini, S. (2002). *Tematização e agendamento cultural nas páginas dos diários portugueses*. BOOC. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. UBI/BOCC. Obtido em 24 de fevereiro de 2016, de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/gadini-sergio-jornalismo-cultural-diarios-portugueses.pdf>
- Garção, G. (2014). *TriploV*. Obtido em 08 de março de 2017, de Se o jornalismo cultural falasse...: [http://www.triplov.com/letras/Gaspar\\_Garcao/2014/jornalismo\\_cultural.htm](http://www.triplov.com/letras/Gaspar_Garcao/2014/jornalismo_cultural.htm)
- Gomes, F. (2009). *Jornalismo cultural*. Brasil: Brasileiro produções. Obtido em 05 de março de 2017, de <http://www.jornalismocultural.com.br/jornalismocultural.pdf>
- Grupo Marktest. (2014). Obtido de net//Marktest: <http://net.marktest.pt/>
- Guedes, V. (2007). *Fragments de um discurso: a narrativa do jornalismo cultural na pós-modernidade*. Artigo, Universidade Federal da Paraíba, Ciências Humanas, Letras e Artes. Obtido de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/guedes-viviane-fragmentos-de-um-discurso.pdf>
- Leclerc, G. (2000). *A sociedade de comunicação. Uma abordagem sociológica e crítica*. (S. Canape, Trad.) Lisboa: Instituto Piaget.
- León, M. (2013). *Presente y Futuro en el periodismo especializado*. Madrid: Editorial Fragua.

- Lévy, P. (1999). *Cibercultura*. Brasil: Editora 34.
- Llano, R. (2008). *La especialización periodística*. Madrid: Tecnos.
- Lopes, J. T. (2000). *A cidade e a cultura - Um estudo sobre práticas culturais urbanas*. Edições Afrontamento.
- Markina, I. (. (2010). *La especialización del periodismo - Formarse para informar*. Sevilla - Zamora: Editor y Editorial Comunicación Social.
- Martins, M. (1990). *A identidade regional e cultural*. Artigo, Universidade da Beira Interior, Ciências Sociais, Covilhã. Obtido em 11 de março de 2017, de [https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/23769/1/a\\_identidade\\_regional\\_e\\_cultural.pdf](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/23769/1/a_identidade_regional_e_cultural.pdf)
- Melo, I. (2010). *Jornalismo Cultural: pelo encontro da clareza do jornalismo com a densidade e complexidade da cultura*. Artigo. Obtido em 05 de abril de 2017, de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/melo-isabelle-jornalismo-cultural.pdf>
- Meneses, M. (2007). En torno al periodismo especializado, consensos y disensos conceptuales. *Anàlisi*, N° 35, pp. 137-152.
- Menezes, E. (1973). Fundamentos sociológicos da comunicação. Em A. Sá, *Fundamentos científicos da comunicação* (pp. 146-205). Petrópolis: Vozes.
- Miranda, J. B. (2002). *Teoria da cultura*. Lisboa: Edições Século XXI.
- Nápoles, J. P. (2013). *Jornalismo de Cultural Vs. Cultura de Jornalismo: jornalismo cultural em Portugal nos últimos 20 anos*. Dissertação de Mestrado, Universidade do Porto, Ciências da Comunicação, Portugal.
- Pastoriza, F. (2014). *Periodismo cultural*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Perles, J. B. (2007). Comunicação: conceitos, fundamentos e história. Obtido em 23 de julho de 2016, de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/perles-joao-comunicacao-conceitos-fundamentos-historia.pdf>
- Piza, D. (2013). *Jornalismo cultural*. São Paulo: Editora Contexto.
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. (2005). *Manual de Investigação das Ciências Sociais* (4ª ed.). (M. M. João Marques, Trad.) Gradiva. Obtido em 20 de junho de 2017, de <http://idinis.weebly.com/uploads/5/6/3/9/5639534/quivy.pdf>
- Ribeiro, M. d. (2008). *Reflexões sobre o jornalismo cultural: mudanças no modo de informar*. Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho, Ciências da Comunicação. Obtido em 06 de abril de 2017, de <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/9497>
- Ribeiro, V. (2016). *Assesores de imprensa e jornalistas*. Porto: Edições Afrontamento.
- Rivera, J. (2003). *El periodismo cultural*. Buenos Aires : Paidós.
- Rivière, M. (1994). *Periodista (profesiones con futuro)*. Espanha: Editorial Grijalbo.

- Rodrigues, A. (1999). *Comunicação e cultura: a experiência cultural na era da informação*. Lisboa: Editorial Presença.
- Salaverría, R. (2005). *Cibermedios: el impacto de la Internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla - Zamora: Ediciones y Publicaciones Comunicación Social.
- Salaverría, R. (2005). *Redacción Periodística en Internet*. Barcelona: Eunsa.
- Santaella, L. (2003). Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. *Tecnologias do Imaginário, FAMECOS, N°22*. Porto Alegre. Obtido em 15 de março de 2017, de <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3229/2493>
- Santos, R. (2007). *Indústrias culturais, imagens, valores e consumos*. Lisboa: Edições 70.
- Saraiva, A. (1993). *Cultura*. Lisboa: Difusão Cultural.
- Schwanitz, D. (2005). *Cultura: tudo o que é preciso saber*. Lisboa: Dom Quixote.
- Secretaria do Estado da Cultura. (2012). Reflexões sobre o jornalismo cultural. *Suplemento Nave Errante, Especial*. Belo Horizonte. Obtido em 05 de agosto de 2016, de [https://literaturaexpandida.files.wordpress.com/2012/06/slmg-jornalismo\\_cultural.pdf](https://literaturaexpandida.files.wordpress.com/2012/06/slmg-jornalismo_cultural.pdf)
- Silva, D. (2011). *Cultura & Jornalismo cultural*. Lisboa: Média XXI.
- Sousa, H. (2013). *A cultura é feiticeira*. Obtido em 17 de março de 2015, de Repositorium Universidade do Minho : [http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/29995/1/HS\\_cultura.pdf](http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/29995/1/HS_cultura.pdf)
- Sousa, J. (2000). *As notícias e seus efeitos*. Coimbra: Minerva. Obtido em 30 de abril de 2017, de <https://www.passeidireto.com/arquivo/2576749/as-noticias-e-os-seus-efeitos---jorge-pedro-sousa>
- Traquina, N. (1999). *Jornalismo: questões, Teorias e "Estórias"* (2ª ed.). (L. M. Dionísio, Trad.) Vega.
- Vázquez, M. (2003). *Hacia una nueva definición del periodismo cultural*. Tese de licenciatura, Universidad de Belgrano, Departamento de investigación, Buenos Aires. Obtido em 20 de março de 2017, de [http://repositorio.ub.edu.ar/bitstream/handle/123456789/201/99\\_vazquez.pdf?sequence=2&isAllowed=y](http://repositorio.ub.edu.ar/bitstream/handle/123456789/201/99_vazquez.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Wolf, M. (1999). *Teorias da comunicação* (8ª ed.). Lisboa: Editora Presença. Obtido em 30 de abril de 2017, de [http://jornalismoufma.xpg.uol.com.br/arquivos/mauro\\_wolf\\_teorias\\_da\\_comunicacao.pdf](http://jornalismoufma.xpg.uol.com.br/arquivos/mauro_wolf_teorias_da_comunicacao.pdf)
- Wolton, D. (2004). *Pensar a comunicação*. Brasília: Unb.
- Zamith, F. (2008). *Ciberjornalismo. As potencialidades da Internet nos sites noticiosos portugueses*. Porto: Edições Afrontamento.

# APÊNDICE

## **Apêndice 1 – Guião para as entrevistas semidirectivas a artistas / comunicadores / Casa Barbot**

### **Parte I – BREVE BIOGRAFIA**

4. Nome
5. Idade
6. Naturalidade
7. Profissão e local onde trabalha

### **Parte II – NOTORIEDADE PÚBLICA DA CASA BARBOT**

8. Acha que a população de Vila Nova de Gaia conhece a Casa Barbot?
9. Acha que a imagem pública da Casa Barbot corresponde à realidade?
10. A Casa Barbot é sobrevalorizada ou subvalorizada publicamente? Pode justificar a sua resposta?

### **Parte III – IMPORTÂNCIA CULTURAL DA CASA BARBOT**

11. Como é que a Casa Barbot se diferencia da oferta cultural na área metropolitana do Porto?
12. Considera a Casa Barbot como um dos principais espaços culturais na zona Metropolitana do Porto ao lado da Casa da Musica, de Serralves, por exemplo?

### **Parte IV – OUTRAS CONSIDERAÇÕES**

13. Pensa que é possível melhorar, de algum modo, a notoriedade da Casa Barbot? Quer dar exemplos de medidas?

## **Apêndice 2 – Guião para as entrevistas semidirectivas a jornalistas**

### **Parte I – BREVE BIOGRAFIA**

1. Nome
2. Idade
3. Naturalidade
4. Profissão e local onde trabalha

### **Parte II – NOTORIEDADE PÚBLICA DA CASA BARBOT**

5. Acha que a população de Vila Nova de Gaia conhece a Casa Barbot?
6. Acha que a imagem pública da Casa Barbot corresponde à realidade?
7. A Casa Barbot é sobrevalorizada ou subvalorizada publicamente? Pode justificar a sua resposta?

### **Parte III – IMPORTÂNCIA CULTURAL DA CASA BARBOT**

8. Como é que a Casa Barbot se diferencia da oferta cultural na área metropolitana do Porto?
9. Considera a Casa Barbot como um dos principais espaços culturais na zona Metropolitana do Porto ao lado da Casa da Musica, de Serralves, por exemplo?

### **Parte IV – COMUNICAÇÃO DE/SOBRE A CASA BARBOT**

10. Tem conhecimentos da existência do gabinete de comunicação do Pelouro da Cultura da Camara Municipal de Gaia?
11. E na sua opinião, catalogaria o gabinete como de fácil contacto? Responderam as suas questões, dúvidas, etc...
12. Na sua opinião, a Casa Barbot suscita algum interesse para ser mediatizado?

### **Parte V – OUTRAS CONSIDERAÇÕES**

13. Pensa que é possível melhorar, de algum modo, a notoriedade da Casa Barbot? Quer dar exemplos de medidas?

### **Apêndice 3 – Entrevista a Lourdes dos Anjos**

#### **Nome**

Maria de Lourdes dos Anjos Ribeiro

#### **Idade**

67 anos

#### **Naturalidade**

Porto

#### **Profissão e local onde trabalha**

Não se fui, se sou, acho que morro professora. Trabalhei durante quase 30 anos numa zona muito difícil da cidade, onde eu costumo dizer que fui uma “gaja” muito feliz.

#### **Neste caso, estou a entrevistar como artista, por tanto é... poeta?**

Sim...

#### **É ligada as artes!**

Estou ligada as artes, exatamente!

#### **Acha que a população de Vila Nova de Gaia conhece a Casa Barbot?**

Não é tão conhecida quanto deveria ser.

#### **Acha que a imagem pública da Casa Barbot corresponde à realidade? Quando achar que deve falar mais, pode falar à vontade...**

A Casa Barbot é uma casa lindíssima, com uma história muito rica e, a uns anos nesta parte, não sei bem o porquê, qual foi o presidente que resolveu matar a metade daquela casa. E a matou metade daquela casa quando, ao lado, lhe contruiu um prédio de não sei quantos andares que é uma autêntica abantesma. É horrível! nunca devia ter sido ali construído, mas Gaia achou que se fazia cosmopolita, fazendo grandes arranha-céus e eu acho que matam qualquer cidade quando começam a construir em altura. Ainda por cima uma cidade como Gaia que tem umas vistas muito bonitas, mas que não é preciso por uns prédios que são autênticas abantesmas, sobretudo em lugares que matam casas belíssimas que deviam ser preservadas que é o caso da Casa Barbot. Por tanto, a Casa Barbot é muito bonita por fora, é muito bonita por dentro, mas está um bocado esquecida, está apagada, está apagada, está triste.

#### **A Casa Barbot é sobrevalorizada ou subvalorizada publicamente? Pode justificar a resposta?**

É subvalorizada publicamente porque, eu falo com muitas pessoas naturais de Vila Nova de Gaia da Casa Barbot e dizem, “*mas isso donde fica?*” e, também, porque a volta daquele centro de Gaia, há freguesias onde se investe muito na cultura: Canelas, Vila do Paraíso, ... e, por tanto, aquele centro de Gaia está um bocado morto, toda a gente sabe onde fica o *El Corte Inglés* e ninguém sabe realmente onde é a Casa Barbot ou muitos poucos sabem, o que é uma pena!

## **Como é que a Casa Barbot se diferencia da oferta cultural na área metropolitana do Porto?**

Como é que se diferencia... Eu frequentei muito a Casa Barbot a uns anos atrás, tínhamos lá sessões de poesia mensais onde se reuniam amigos, para falarmos de poetas muitos deles esquecidos, poetas sobretudo de Gaia e, já agora, deixa-me dizer que, temos em Gaia a memória muito viva dum senhor, dum poeta chamado José Guimarães, que têm só 4000 mil poemas musicados: sei lá desde Amália Rodrigues, Mariza, Florência, Alfredo Marceneiro, e que se poderia por essa gente mais viva, dando vida também a Casa Barbot. A Casa Barbot foi-se esquecendo e estes grandes poetas de Gaia, que é realmente um ninho de poetas: Albano Martins, Virgílio Monteiro, e muitas outras pessoas que, realmente foram esquecidas porque convinha ter muitas ovelhas que sigam o carreiro, gente que tenha um bocadinho de cultura é altamente perigosa! Por tanto, nem casas de cultura nem povo culto!

## **Considera a Casa Barbot como um dos principais espaços culturais na zona Metropolitana do Porto ao nível da Casa da Música, de Serralves?**

Poderia ser, poderia ser! Embora mais aconchegada, mais familiar, mais recatada...

### **Para outro nicho, se calhar?**

Para outro nicho, outro nicho, por exemplo: sei lá, para levarmos lá outro tipo de intervenções... Não podemos comparar a Casa Barbot em termos de tamanho e em termos de nome como uma Casa da Música ou de Serralves, não, mas nem todas as casas, nem só as casas grandes é que são grandes casas!

## **Pensa que é possível melhorar, de algum modo, a notoriedade da Casa Barbot?**

É evidente, é possível e é urgente! É possível e urgente porque aquela casa merece e nós também.

### **Exemplo de medidas...**

Exemplo de medidas, ora bem, exemplos de medidas: fazer lá conferências sobre temas interessantes, sobretudo, a comunidade escolar, aos mais velhos, aos mais velhos dando-lhes motivos para se juntarem ali, porque não, numa daquelas entradas e há lá tanto espaço, não fazer um pequeno bar? Ou nos jardins da Casa Barbot?

### **Eu deparei-me a fazer os inquiridos que os jovens não sabem...**

Não conhecem e é isso que ainda mais me magoa, é porque se falarem a muitos de aqueles jovens onde fica a discoteca tal ou o bar tal, onde há a esquina onde se vende pó, eles sabem todos e eles passam a palavra a todos. Entre tanto, a Casa Barbot “*eh pah, o que é isso? fica no Alentejo...?*”

### **As tintas, perguntam muito se são as tintas...**

Exatamente, porque esta família esteve ligada as tintas Barbot. Por tanto, acho que se fizéssemos ali, implementássemos ali reuniões onde os assuntos dos jovens fossem debatidos; onde levássemos lá, porque não, as escolas fazendo uma visita de estudo pondo as crianças... eu já participei numa coisa dessas onde as crianças perguntam e olham admiradas para o teto e perguntam “*que coisa tão bonita. Como se fazia isto?*”. Agora, realmente esquecer, virar as costas e por lá duas pessoas que são do meu partido para terem um vencimento ao fim do mês, penso que isto não leva a lado nenhum, já temos que cheguem na assembleia da republica.

**É tudo ou quer acrescentar mais alguma coisa?**

Olha quero lhe dar os parabéns pela sua coragem de vir ter com uma velha mulher do Porto para lhe falar da cultura da Casa Barbot. Uma pessoa como eu que depois de me reformar, não me reformei. Por tanto, em vez de descansar e guardar as botas ou as sapatilhas, vou a lares, vou a cadeia, vou a centros de dia, vou a casas de cultura, estou consigo, estou com muitos outros jovens que precisam da minha colaboração e que eu fico muito feliz por ainda ser útil porque vocês precisam duma mão direita que os guie e duma esquerda que, às vezes, vos diga que é para aí o sitio.

**É preciso mais pessoas como a senhora... é verdade!**

**- FIM -**

## **Apêndice 4 – Entrevista a Maria Rosas**

### **Parte I – BREVE BIOGRAFIA**

**Nome:** Maria Rosas

**Idade:** 52

**Naturalidade:** Porto

**Profissão e local onde trabalha:** Artista plástica, Porto

### **Parte II – NOTORIEDADE PÚBLICA DA CASA BARBOT**

**1. Acha que a população de Vila Nova de Gaia conhece a Casa Barbot?**

Acho que a população conhece o edifício pelo seu exterior marcante.

**2. Acha que a imagem pública da Casa Barbot corresponde à realidade?**

O público em geral desconhece esta casa (já o constatei). Os que se interessam por arte ou arquitetura consideram um exemplar de interesse. Resumindo a maior parte desconhece a Casa Barbot como casa de cultura.

**3. A Casa Barbot é sobrevalorizada ou subvalorizada publicamente? Pode justificar a sua resposta?**

A Casa Barbot é subvalorizada. O público em geral não sabe que atividades desenvolve nem que pode ser visitada.

### **Parte III – IMPORTÂNCIA CULTURAL DA CASA BARBOT**

**4. Como é que a Casa Barbot se diferencia da oferta cultural na área metropolitana do Porto?**

A Casa Barbot desenvolve propostas culturais como exposições, lançamentos de livros, debates e momentos musicais que poderão ter a seu favor um ambiente e cenário diferentes do comum.

**5. Considera a Casa Barbot como um dos principais espaços culturais na zona Metropolitana do Porto (ao lado da Casa da Música, de Serralves, por exemplo)?**

Não considero neste momento, mas poderá vir a ser.

### **Parte V – OUTRAS CONSIDERAÇÕES**

**6. Pensa que é possível melhorar, de algum modo, a notoriedade da Casa Barbot? Quer dar exemplos de medidas?**

Seria essencial considerar um horário fixo de fim de semana, desse modo promoviam--se as visitas de turistas e residentes que de outro modo não têm possibilidade de visitar. Aproveitar a acessibilidade de metro como uma mais valia para trazer mais publico. Atualizar a informação online das atividades desenvolvidas (essencial hoje).

**- FIM -**

## **Apêndice 5 – Entrevista a Miguel Bandeirinhas**

### **Nome**

Miguel Ângelo Passeira Bandeirinha

### **Idade**

23 anos

### **Naturalidade**

Porto

### **Profissão e local onde trabalha**

Sou músico fadista

### **Acha que a população de Vila Nova de Gaia conhece a Casa Barbot?**

A população de Vila Nova de Gaia, quando houve falar em Casa Barbot pergunta se é a casa onde se compram as tintas, não conhece a Casa Barbot como a casa da cultura. Temos que lhes dizer que a Casa Barbot é onde está sediado o Pelouro da Cultura de Gaia, que fica à beira da estação General Torres, aquela casa muito bonita, o único palacete que sobreviveu nesta avenida e aí é que as pessoas conhecem.

### **Acha que a imagem pública da Casa Barbot corresponde à realidade?**

Imagem pública? Em que sentido?

### **Como Pelouro da Cultura? Como casa muito importante... isso corresponde a realidade?**

Corresponde a realidade, ou seja, é uma casa... só... quem olha para ela já vê que é uma situação muito bonita, uma casa muito bonita, uma casa muito... vesse que tem história. A cultura também parte da história. Corresponde a realidade sim, quem entra respira cultura, respira arquitetura, se lá tiver exposições ora respira pintura como respira poesia, como respira a música, ou seja, corresponde a realidade porque é uma casa que, embora pequena, cabe lá algo muito maior que é a cultura e a arte. Por tanto, vai de cada pessoa e, é uma pena realmente que as pessoas não conheçam, ou seja, conhecem, conhecem, mas não sabem o que se passa ali a maioria das pessoas.

### **A Casa Barbot é sobrevalorizada ou subvalorizada publicamente? Pode justificar a resposta? Se é muito valorizada ou pouco valorizada...**

Eu acho que é subvalorizada, pouco valorizada pela população em geral.

### **Ok... e pelos artistas?**

Pelos artistas é sobrevalorizada porque há muito artista que quer apresentar alguma coisa na Casa Barbot, porque quer expor, porque quer cantar, porque quer fazer um concerto, e porquê? Querem fazer porque, primeiro, está ligado a câmara e qualquer artista quer estar ligado a uma câmara para poder, pronto, para poder usufruir de alguma coisa ou não... mas depois, subvaloriza-se, ou seja, deixa de ter algum valor porque não tem a adesão que espera, não é? Mas acho que está sobrevalorizada e subvalorizada, assim um...

### **Depende da perspetiva, não é?**

Exatamente!

### **Como é que a Casa Barbot se diferencia da oferta cultural na área metropolitana do Porto? A oferta propriamente da casa é diferente?**

A Casa Barbot diferencia-se da seguinte forma: para já, a entrada é livre. As pessoas para irem assistir a um concerto ou uma exposição ou a um desfile, não pagam nada; depois, está em pleno centro da cidade de Gaia, com ótimas acessibilidades: comboios, autocarros, metro, tudo mesmo a porta; depois, para além daquilo que nos oferece, oferece-nos quem for, quem tiver oportunidade de ir ao varandim, oferece-lhe uma vista fantástica para o Porto...

A pergunta não me lembro do que era...

### **A oferta cultural, como se diferencia? De que forma é diferente...**

Depois, a Casa Barbot dá a oportunidade a pequenos artistas. É uma das coisas que os outros grandes espaços não fazem, ou seja, não fazem tanto! Por exemplo, se eu lanço um livro e não sou conhecido, a Casa Barbot dá-me oportunidade de apresentar o meu livro.

### **Por tanto, a barreira não é tão grande...?**

Exatamente! Tanto me recebe a mim, como recebe ao Lobo Antunes se for necessário. A barreira de proximidade, ou seja, é mesmo para as pessoas. É pena que as pessoas não compreendam, mas é para as pessoas, é para apoiar desde o pequeno artista até o grande artista, do que não é conhecido até o que já é superconhecido. É uma casa que sabe acolher, depois, é muito simples, não há grandes complicações de acesso como nos outros grandes espaços e, depois, é tudo gratuito, não é? Ou seja, as pessoas acedem de forma gratuita.

### **Considera a Casa Barbot como um dos principais espaços culturais na zona Metropolitana do Porto ao nível da Casa da Música, de Serralves, por exemplo? Considera que está no mesmo nível?**

Considero que está no mesmo nível, e considero que deveria ser colocada ao mesmo nível por quem gosta de cultura. Acho que a Casa Barbot, embora pequena, é um sítio onde se pode fazer muito, onde as pessoas podem viver muito e, depois, o que se passa ali dentro é algo de revivalismo, ou seja, num espaço tão antigo, num espaço tão icónico, a arte entra ali de forma renovada em contacto com a arte que eles têm que é uma arte antiga.

### **Arte nova...**

Exatamente!

### **Pensa que é possível melhorar, de algum modo, a notoriedade da Casa Barbot? Se sim, quer dar algum exemplo? Notoriedade no caso da comunicação, por exemplo...**

Acho que sim, acho que a Casa Barbot deveria ter um *site* que não tem. Deveria estar mais sinalizado e não só com aquela placa luminosa, pequena que diz Casa Barbot e que as pessoas não sabem e pensam que é das tintas. Ou seja, dar-lhe um pouco da marca Gaia, já que há uma marca agora que se chama *Gaia*, é passar um pouco dessa marca, um pouco da cor para ali, ou seja, publicitar. Os eventos, uma pessoa para saber o que se passa lá dentro, tem de ir lá dentro. Tal vez cá fora...

### **Tornar mais visível? Mais reconhecida...**

Exatamente! Um *outdoor*, qualquer coisa assim, mas... acho que, é necessário isso porque é uma casa com tanto potencial e volto a dizer, embora pequena, cabe tanta arte como a maior sala de espetáculos do país e é acessível ao público, ou seja, as pessoas entram e convivem no meio desta agitação toda cidadina e por aí fora, convivem com arte nova aí ao lado. Por exemplo: eu venho das compras ao sábado e, se eu quiser, ou venho do Pingo doce, e se eu quiser entro na Casa Barbot e pode estar a haver um concerto e espero realmente que as obras avancem e que está casa abra novamente, o mais rápido possível, porque faz muita falta aos artistas e faz muita falta as pessoas de Gaia e as pessoas que se deslocam de propósito para vir a Casa Barbot. Porque, das apresentações que já lá fiz, eu tinha gente a vir da Póvoa por ser a Casa Barbot, gente a vir de Viana do Castelo por ser a Casa Barbot.

**Quando estagiei também haviam pessoas que vinham de propósito para algumas exposições...**

Exatamente! A Casa Barbot tem... é conhecida, se calhar é mais conhecida para lá, do que propriamente pela gente de cá, mas é sem dúvida um espaço e um marco de grande importância cultural na Cidade de Gaia.

**- FIM -**

## **Apêndice 6 – Entrevista a Mónica Faverio**

### **Nome**

Mónica Faverio

### **Idade**

53 anos

### **Naturalidade**

Italiana

### **Profissão e local onde trabalha**

Sou entre artesã e artista plástica.

### **Então trabalha aqui na *InVidro*?**

Aqui na *InVidro* sim!

### **Acha que a população de Vila Nova de Gaia conhece a Casa Barbot?**

Provavelmente, eu acho, as pessoas mais de idade, eu acho porque Vila Nova de Gaia é uma cidade um bocadinho satélite. É uma cidade onde moram muitas pessoas por exigências e também por causa de, se calhar, pelo preço das casas menos caras respeito ao Porto, então as pessoas vivem digamos um bocadinho não como primeira escolha, é o que eu acho, tenho essa sensação. Porque, Vila Nova de Gaia, para mim, é uma cidade com uma urbanização muito contemporânea...

### **Muito metropolitana?**

Muito metropolitana, não muito bonita, quer dizer, foram construídos muitos prédios e, ainda por cima, muitos deles sufocaram edifícios antigos de valor, eu acho, como esto da Casa Barbot que está completamente esmagado no meio daqueles prédios horríveis. É isso!

### **Acha que a imagem pública da Casa Barbot corresponde à realidade? A imagem pública de ser uma casa de cultura, dum pelouro de cultura...**

Coitadinha! Eu acho que mmm... É para poucos conhecedores, então é difícil responder também porque eu acho que não! Eu acho que a Casa Barbot está muito subvalorizada!

### **Essa é a minha pergunta a seguir... Não há problema!**

Eu não estava a ler...

### **Não faz mal... A Casa Barbot é sobrevalorizada ou subvalorizada publicamente?**

É subvalorizada, subvalorizada!

### **Pode justificar a sua resposta?**

Sim! É por causa um bocadinho do que te estava a dizer... Eu explico-te! A primeira impressão que me deu, a primeira impressão quando me disseram “vais expor na Casa Barbot!” eu pensava “wao... maravilha! Il sonho!” e, realmente, a Casa é lindíssima, a casa é uma joia, só que, é difícil também, eu posso dizer, tu és estrangeira e eu sou, num

contexto como este português, as pessoas, são pouco ligados a cultura e a arte. Eu digo-te porque sofro imenso com isso e o impacto que eu tive quando vi a primeira vez a Casa Barbot eu disse “*eh pá, que maravilha! Completamente perdida, esquecida aqui no meio desta confusão*”.

### **Na zona metropolitana?**

Exato! Eu acho que está subvalorizada, esquecida...

### **Apagada?**

Parece, quase... Esse seu aspeto assim de faustos antigos, está completamente, desmoronou toda e quando eu a conheci, quando fui fazer aquela exposição eu notei aquilo, aquilo era uma casa em “*sofrenza*”, acho a palavra mais ...

### **Como é que a Casa Barbot se diferencia da oferta cultural na área metropolitana do Porto? Como se diferencia de outras casas?**

Eu acho que se diferencia, ou na altura que eu fiz a exposição, já passaram algum tempo, por causa de... como é que, espera que não encontro a palavra... a persistência das pessoas que estavam a trabalhar naquele projeto e naquele espaço e que queriam que aquele espaço tivesse algum realço. Agora, por si mesma, ninguém conhece, ninguém sabe o que é...

### **Por tanto, não se diferencia?**

Não, não se diferencia...

### **Considera a Casa Barbot como um dos principais espaços culturais na zona Metropolitana do Porto ao lado da Casa da Musica, de Serralves, por exemplo?**

Não, absolutamente não!

### **Por tanto, completamente...**

Não, para mim, para minha experiência...

### **Não faz mal... é essa a ideia! Pensa que é possível melhorar, de algum modo, a notoriedade da Casa Barbot? Pensa que é possível fazer que ela seja diferente?**

Sim, eu acho que sim, como qualquer espaço, merece imenso porque é um sitio lindíssimo. É uma joia!

### **Que faria para ser diferente?**

Por exemplo... que faria? A questão de ter pessoas ligadas a cultura a frente, não é? Que sejam pessoas inteligentes, pessoas que quisessem investir na cultura e na arte. Por exemplo, agora a Bienal de Arte de Vila Nova de Gaia, fui vê-la neste pavilhão...

### **Enorme?**

Enorme onde as peças perdem-se um bocado e tal e, eu acho, eu não vi a edição anterior, mas eu acho eu se calhar algumas peças estavam também na Casa Barbot. Porque...

### **Alguns artistas já foram... sim!**

Sim, exato! Porque antigamente, antes desta edição, Vila Nova de Gaia tinha essa espécie de itinerário, não é?

**Sim...**

Era itinerante, a história da exposição da Bienal da arte. Este ano concentrou-se tudo aí e isto ficou completamente adormecido. Isso não é bom, mas eu aposto sempre, eu acho que, esta aposta deve ser feita pelas pessoas e essas pessoas apostam e acreditam nos movimentos artísticos que sejam de rua, que sejam de... acho que a Casa Barbot pode voltar a ser um polo maravilhoso, um ponto maravilhoso. Eu acho que é sempre a mesma história, não é? É preciso ter pessoas inteligentes a frente.

**Quer dizer mais alguma coisa que ache relevante? Já não tenho mais perguntas...**

Sim! Eu acho que é isso sabes Rafaela? Acho que Portugal sofre muito de um bocadinho de pouca autoestima. E também, eu trabalho neste país a 21 anos, o meu trabalho ligado ao vidro sofre muito neste país porque, também, pessoas como eu somos poucas e eu não tenho, como é que posso dizer, uma espécie de desafio artístico com outras pessoas que façam o meu trabalho.

**Há uma lacuna muito grande?**

Muita, muita... especialmente espaços também expositivos, só galerias, mas espaços expositivos como a Casa Barbot não dão resposta. Quer dizer, tu podes fazer exposições e tal, mas a resposta que tu vais ter é mesmo ...

**Pouca?**

Pouquíssima ou zero, nula! Depois disso, da Casa Barbot, aconteceu... tens de saber... o Dr. Delfim depois fazia um programa numa televisão privada, uma vez por semana, "Avenida das artes" e fui convidada a participar. Eu acho que o Dr. Delfim conseguiu fazer coisas interessantes no tempo em que estava. Era uma pessoa muito dinâmica, especialmente muito entusiasta. É isso que eu gostava dele, tenho pena que ele não esteja lá. Na inauguração do Bienal de Arte não estava e percebi que ele já não estava naquele contexto e achei pena Rafaela, porque eu acho que as pessoas... o primeiro que fazem os lugares são as pessoas...

**É verdade...**

Não há nada a fazer, tu és espanhola e tu sabes...

**- FIM -**

## **Apêndice 7 – Entrevista a Maria José Guedes**

### **Nome**

Meu nome completo é Maria José Guedes Dias Mateus Ferreira, mas o meu nome de guerra, meu nome profissional e Maria José Guedes.

### **Idade**

Teno 48 anos

### **Naturalidade**

Sou natural de Vila Nova de Gaia.

### **Profissão**

A profissão que neste momento estou a fazer é assessoria política, mas durante 27 anos exerci jornalismo desde imprensa escrita, a rádio a televisão e por tanto passei por todos os órgãos de comunicação social.

### **Acha que a população de Vila Nova de Gaia conhece a Casa Barbot?**

Honestamente acho que não, acho que aqui no centro da cidade a Casa Barbot é bem conhecida porque fica num local muito visível, perto da Câmara Municipal e, por tanto, quem passa pela Avenida da República, as pessoas obviamente que reparam naquela casa porque, arquitetonicamente é de facto um edifício belíssimo, mas quanto a história, acho que as pessoas não têm noção do que quer dizer, da importância que têm a Casa Barbot. Não têm essa noção porque também não há muita informação disponível, e, até hoje, principalmente no tempo do Heitor Carvalheiras, o ex-presidente da câmara municipal de Vila Nova de Gaia antes do Dr. Luís Filipe Menezes, nunca foi dada grande importância a esse edifício sendo que também pertencia a parte privada. Por tanto quando veio depois o Dr. Luís Filipe Menezes, e pelas mãos do Dr. Mário Dorminsky, a Casa Barbot começou a ter mais protagonismo, é um facto, mas ainda assim ficou aquém das expectativas. Podia-se avançar mais, mas de qualquer modo alguma coisa foi feita. Neste momento eu acho que estagno, por tanto, nada está a ser feito, nunca foi feito um grande estudo sobre a Casa Barbot. Nos se procuramos a nível de folhetos turísticos também não temos grandes acessibilidades a aquilo que representa arquitetonicamente, que eu acho que a grande importância do edifício é a nível arquitetónico e não ao nível da história de quem lá viveu, acho que não é muito por aí, mas a nível do que o edifício representa, isso sim. Por tanto, acho que se poderia fazer mais e ainda não foi feito. Vamos lá ver!

### **Acha que a imagem pública da Casa Barbot corresponde à realidade?**

É assim, tenta-se que a Casa Barbot, quando se fala nela, quando há algum evento, algum lançamento dum livro, de alguma exposição, quando aparece por exemplo os autarcas, nomeadamente os vereadores do Pelouro da Cultura ou então o Presidente da Câmara, tenta-se dar um protagonismo que não têm o resto do tempo. Por tanto em 365 dias, se houver três ou quatro notícias na imprensa sobre algum dos eventos que lá acontecem, é muito. Por tanto, obviamente que a Casa Barbot não tem a importância nem o protagonismo que merece ter.

### **A Casa Barbot é sobrevalorizada ou subvalorizada publicamente? Pode justificar a sua resposta?**

É subvalorizada... subvalorizada! Na minha opinião, é assim, vou-me repetir um bocadinho, mas a nível arquitetónico tem tanto por onde estudar, mesmo a nível de intercâmbio com as universidades, quer com a Universidade das Belas Artes até mesmo ao nível com a Universidade de engenharia do Porto, quer com a Faculdade de Letras da Universidade do Porto também poderia haver um intercâmbio de estudo melhor e maior para de facto podermos perceber como é que aqueles tetos foram pintados e foram trabalhados, como é que aquelas abóbadas conseguiram ser lá colocadas, enfim.. a minha área não é arquitetura, mas de qualquer modo teria muito mais curiosidade se houvesse alguma coisa para eu poder estudar sobre isso.

### **Como é que a Casa Barbot se diferencia da oferta cultural na área metropolitana do Porto?**

Não se diferencia. Pura e simplesmente não se diferencia porque raramente tem eventos culturais que sejam apelativos para a maior parte das pessoas; para se conseguir lá expor é preciso ultrapassar uma cadeia burocrática que infelizmente ainda permanece na nossa autarquia e, por tanto, só a nível privado e depois vai um grupo muito restrito de pessoas visitar a mesma exposição porque não há divulgação. A câmara não aposta numa divulgação cultural conforme deveria apostar, é claro que quando se está perto das eleições tudo têm importância, mas durante o resto dos outros três anos e meio, porque eles começam a preparar as eleições cerca de seis meses antes, fica botado ao esquecimento. E aquilo que tem acontecido com a Casa Barbot: por fora está muito bem, por dentro precisa dum restauro a seria.

### **Considera a Casa Barbot como um dos principais espaços culturais na zona Metropolitana do Porto ao lado da Casa da Música, de Serralves, por exemplo?**

Não, a nível da Casa da Música e de Serralves, não! Acho que não podemos fazer comparações a esse nível. Temos de ser honestos, mesmo a nível da importância que tem, por exemplo, a Casa Teixeira Lopes aqui em Vila Nova de Gaia, não tem a mesma importância. Por tanto, há que distinguirmos as coisas, eu acho que a Casa Barbot vale por si própria como edifício em si e não pela história que em si encerra. Por tanto, a Casa da Música é uma circunstância completamente diferente, foi em nível de estudo a nível internacional, por tanto um protagonismo internacional, não é só pelo facto de ficar na cidade do Porto e da Casa Barbot ficar na cidade de Gaia, mas não, é pelo facto em si do que ela representa. Agora, tem importância a nível municipal ou a nível da área metropolitana poderia ter se, de facto, tivesse uma oferta cultural apelativa, digna e com a importância que trouxesse cá o turista...

### **Por tanto, é mais de nicho neste caso...?**

É um nicho, é! Porque é bonita, o que as pessoas dizem é “é uma casa bonita, olha aquilo deve ser bonito por dentro” e não fazem a mínima ideia do que aconteceu lá e por tanto dizermos que poderá estar ao nível duma Casa da Música não, nem pensar! Ou Serralves então muito menos!

### **Tem conhecimentos da existência do gabinete de comunicação do Pelouro da Cultura da Camara Municipal de Gaia?**

É assim, o gabinete de comunicação que existe na Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, sinceramente, não sei como é que funciona, porque é assim, quando no tempo do

Dr. Luís Filipe Menezes, e eu não estou a defender o Dr. Luís Filipe Menezes, mas é a realidade que tenho enquanto jornalista, e no tempo do Dr. Luís Filipe Menezes eu sabia a quem me dirigir como jornalista para um assessor de imprensa que era na altura o Dr. Pedro Fonseca. Nesta altura, nós quando queremos contactar a Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, encontramos nomes que não se identificam como assessores, pertencem a um gabinete de comunicação que eu não sei se é uma contratação extra-autárquica ou se faz parte da autarquia, por tanto é assim... não estou a dizer que é nada escuro, nem nada ilegal, nada disso! mas não... é assim, eu encaro os gabinetes de comunicação como um negócio e os assessores de imprensa não é negócio, por tanto, são coisas completamente distintas. Enquanto funcionarem assessores de imprensa que de facto deem a cara pelos seus autarcas, que consigam responder, que consigam fazer uma ponte entre a comunicação social e a autarquia, isso funciona muito bem. Como um gabinete de imprensa, e tudo um bocadinho “tudo ao molho e fé em Deus”. Vai-se para uma Natasha de Lima Reis, vai-se para outras pessoas, uma Sara (estou a dizer nomes a sorte), uma Sara ou um Nuno e que ninguém conhece bem. Os rostos não nos são familiares por tanto os gabinetes de comunicação são um negócio...

**E na sua opinião, catalogaria o gabinete como de fácil contacto? Responderam as suas questões, dúvidas, etc...**

É burocrático, demoram imenso a dar respostas; passam de umas mãos para as outras, depois, negligenciam a comunicação com os órgãos de comunicação social. A uns anos atrás, de facto, a comunicação social tinha um certo estatuto, era considerado, de facto, o terceiro poder e agora com este *boom* de gabinetes de comunicação a imprensa ficou botada também para um outro negócio que tem que ver com audiências, tem que ver com vendas de jornais, tem que ver com a inserção de publicidade e, por tanto, a informação ficou um bocado dependente de toda uma circunstância que não tem nada a ver com aquilo que se propõe que é: informar as pessoas factualmente, isentos e ser um veículo de liberdade de expressão a seria.

**Na sua opinião, a Casa Barbot suscita algum interesse para ser mediatizado?**

Claro que suscita! E se for bem aproveitada, e se, de facto, o Pelouro da Cultura ao invés de se dedicar mais a bienais e essas coisas que também são importantes, ou a Festivas de Marés-Vivas que também são importantes, mas se recuperarem edifícios históricos da cidade, se contarem a população essa história importante que esses edifícios podem representar a nível de capitalização de turistas e de divisas para nossa cidade, provavelmente que o resultado seria melhor. Uma coisa não impede a outra, acho que as verbas estão a ser muito canalizadas para grandes festivais de massas e estão a ser pouco utilizadas para a recuperação dos edifícios, dos monumentos que a nossa cidade tem e só se lembram disso, de facto, em época de eleições e quando interessa.

**Pensa que é possível melhorar, de algum modo, a notoriedade da Casa Barbot? Quer dar exemplos de medidas?**

É possível melhorar, nomeadamente, com visitas de estudo desde as escolas primárias porque, ao contrário do que as pessoas responsáveis políticas pensam, as crianças gostam de conhecer monumentos. Não é à toa que, antigamente, se faziam passeios a Guimarães para ver o Castelo para ver o Passos dos Duques, aqui também fazia sentido fazer visitas de estudo desde as escolas primárias que são muitas em Vila Nova de Gaia e temos uma população superior ao Porto. Fazerem-se visitas de estudo aos monumentos que temos, nomeadamente, a Casa Barbot e aí sim, desde pequeninos as crianças iam ficar com

interesse, nomeadamente, fazerem desenhos e exporem lá, criar um dinamismo, fazerem festivais na própria casa...

**Por tanto, alargar o nicho?**

Exato! E atrás das crianças vão os pais, vão os professores, vão os familiares e, tudo isso, é uma bola de neve que vai crescendo. Mas isto é preciso, nem é preciso muito dinheiro, é preciso vontade política, uma vontade política que não se traduz em grandes votos, mas que se traduz numa coisa mais importante que é incentivar a cultura.

**Não tenho mais perguntas, quer dizer alguma coisa que ache relevante?**

Não, aquilo que eu acho relevante é que é preciso de facto, e isso eu gostava imenso que fizessem uma recuperação a sério do edifício.

**Estão a fazê-lo agora...**

Por dentro aquilo está em muito mau estado. Passaram-se anos e anos e anos e fazem-se pequenas obracinhas de tapar um buraco aqui e deixar uma fosa ali e, por tanto, olhem para a Casa Barbo; ponham aquilo em condições; coloquem a Casa Barbot nos roteiros turísticos; expliquem o significado da Casa Barbot e com certeza que se vão recolher grandes frutos com esse tipo de medidas.

**- FIM -**

## **Apêndice 8 – Entrevista a Miguel Judas**

### **I – BREVE BIOGRAFIA**

**Nome:** Miguel Judas

**Idade:** 44

**Naturalidade:** Portuguesa

**Profissão e local onde trabalha:** Jornalista (DN e Visão)

### **II – NOTORIEDADE PÚBLICA DA CASA BARBOT**

**1. Acha que a população de Vila Nova de Gaia conhece a Casa Barbot?**

Penso que sim. Eu próprio a conheci através de um habitante de Gaia.

**2. Acha que a imagem pública da Casa Barbot corresponde à realidade?**

Não faço ideia.

**3. A Casa Barbot é sobrevalorizada ou subvalorizada publicamente? Pode justificar a sua resposta?**

Deveria ser muito mais valorizada, não só pelo imóvel que é como pelo que aí se realiza.

### **III – IMPORTÂNCIA CULTURAL DA CASA BARBOT**

**4. Como é que a Casa Barbot se diferencia da oferta cultural na área metropolitana do Porto?**

Não faço ideia

**5. Considera a Casa Barbot como um dos principais espaços culturais na zona Metropolitana do Porto ao lado da Casa da Musica, de Serralves, por exemplo?**

Se não o é, deveria ser

### **IV – COMUNICAÇÃO DE/SOBRE A CASA BARBOT**

**6. Tem conhecimentos da existência do gabinete de comunicação do Pelouro da Cultura da Camara Municipal de Gaia?**

Sim

**7. E na sua opinião, catalogaria o gabinete como de fácil contacto?**

**Responderam as suas questões, dúvidas, etc...**

Sim, mas no meu caso tenho um contacto direto e pessoal nesse departamento, o que facilita sempre a comunicação

**8. Na sua opinião, a Casa Barbot suscita algum interesse para ser mediatizado?**

Sim

## **V – OUTRAS CONSIDERAÇÕES**

**9. Pensa que é possível melhorar, de algum modo, a notoriedade da Casa Barbot? Quer dar exemplos de medidas?**

Penso que deveria ser melhor divulgada/comunicada, bem como toda a programação que aí acontece. E penso que o site a informação on-line, relativa à Casa Barbot, deveria também ser melhorada

**- FIM -**

## **Apêndice 9 – Entrevista a Pedro Emanuel Santos**

### **Nome**

Nome profissional é Pedro Emanuel Santos e o meu nome completo é Pedro Emanuel Monteiro Alves Moreira Santos.

### **Idade**

40 anos

### **Naturalidade**

Porto

### **Profissão e local onde trabalha**

Sou jornalista e trabalho no Porto24.

### **Acha que a população de Vila Nova de Gaia conhece a Casa Barbot?**

Eu julgo que sim, sobretudo de uns anos para acá, julgo que sim, que a Casa Barbot tem tido cada vez mais visibilidade pública e, como edifício, sempre foi bastante conhecido como edifício que alberga eventos culturais, também tem sido cada vez mais conhecido pela população de Gaia.

### **Acha que a imagem pública da Casa Barbot corresponde à realidade?**

Julgo que sim, julgo que a Casa Barbot tem tido atividade que depois acaba por corresponder a realidade. Poderia ter mais alguma visibilidade pública até para abranger o público alvo sem ser o público somente de Gaia, mas no geral penso que sim!

### **A Casa Barbot é sobrevalorizada ou subvalorizada publicamente? Pode justificar a sua resposta?**

Essa pergunta é um bocado complexa, lá está, eu penso que a Casa Barbot poderia ter mais visibilidade em termos públicos, mas isso também partiria duma questão de promoção das atividades que há lá, que tem sido crescente. Ou seja, nota-se que, de no para ano, que a visibilidade e que as atividades da Casa Barbot são cada vez mais conhecidas e são mais procuradas. Se é sobrevalorizada ou subvalorizada? Entre as duas é difícil optar, mas, tendo em conta as atividades culturais que alberga e tendo em conta a programação cultural que tem, acho que acaba de ser um bocadinho subvalorizada porque merecia, se calhar, ter mais visibilidade, lá está!

### **Como é que a Casa Barbot se diferencia da oferta cultural na área metropolitana do Porto?**

Não sei, acho que por vezes procuravam eventos culturais alternativos, digamos assim, que muitas vezes não são encontrados noutro tipo de casas culturais, digamos assim, de espaços culturais da área metropolitana e isso poderia ser uma mais-valia e tem sido, julgo eu, uma mais-valia para a Casa Barbot.

### **Considera a Casa Barbot como um dos principais espaços culturais na zona Metropolitana do Porto ao lado da Casa da Musica, de Serralves, por exemplo?**

Ora bem, enquanto conceito cultural, sim! Enquanto conceito dimensional em termos de dimensão pública, digamos do que se faz na Casa Barbot, não, ainda está bastante abaixo. Se bem que a comparação também, pronto, com a Casa da Música, de Serralves são os dois de topos, mas penso que, é como eu digo, em termos de oferta sim! Porque o que está em oferta, cada um a sua dimensão, mas sim é um dos principais espaços...

**Se calhar são nichos diferentes?**

Se calhar são nichos diferentes também! Também é um bocadinho isso...

**Tem conhecimentos da existência do gabinete de comunicação do Pelouro da Cultura da Camara Municipal de Gaia?**

Do pelouro da cultura direto?

**Sim, que existe um gabinete de comunicação de cultura**

Sim, sim, sim...

**E na sua opinião, catalogaria o gabinete como de fácil contacto**

Contacto? Sim, acho que sim! Nunca tive grandes problemas com isso...

**No sentido de, cedem bastante informação ou acha que está muito apagado? É mais nesse sentido**

Sim, eu acho que sim, que cedem bastante informação. Acho que, por vezes, a informação poderia ser, se calhar, um bocadinho mais, como é que te posso explicar? Mais completa talvez, não querendo estar a ser injusto, mas acho que poderia ser... Mas de resto, em termos de quantidade de informação, acho que sim!

**Na sua opinião, a Casa Barbot suscita algum interesse para ser mediatizado?**

Sim, suscita porque, lá está, por causa da oferta cultural que tem e também da atividade constante que tem, e da diversidade cultural que tem também a Casa Barbot.

**Pensa que é possível melhorar, de algum modo, a notoriedade da Casa Barbot? Quer dar exemplos de medidas?**

Pode ser melhorada de algumas formas até para captar mais público, através de, sobretudo, mais promoção, mais promoção institucional sobretudo, porque, isto é, como tudo, pode ter a melhor exposição do mundo, pode ter a melhor oferta do mundo, mas se não for promovida é como se não existisse. Não é que não haja promoção, que eu acho que há, mas acho que não é suficiente, se houvesse mais, talvez poderia aumentar a notoriedade da Casa Barbot.

**Mais alguma coisa que queiras adicionar e que aches relevante?**

Não, eu acho que está tudo!

**- FIM -**

## **Apêndice 10 – Entrevista a Simão Freitas**

### **Nome**

Simão Freitas

### **Idade**

23 anos

### **Naturalidade**

Porto

### **Profissão e local onde trabalha**

Trabalho como jornalista na Agência Lusa na área do desporto e da cultura

### **Acha que a população de Vila Nova de Gaia conhece a Casa Barbot?**

Por acaso, eu fiquei a pensar bastante nessa pergunta. Acho que há muita gente que é capaz de conhecer a Casa Barbot e pouca gente sabe que aquilo é a Casa Barbot. Ou seja, está aí, num sítio em que qualquer gaiense já atravessou, na avenida, milhares e milhares de vezes. Eu sei porque cresci em Gaia e vivi sempre ali e tenho essa ideia, mas se calhar há muito pouca gente percebe o que se passa lá dentro. Pensão que será um prédio da Câmara que não terá atividade ou que não funciona por outra coisa qualquer. Por tanto, para resumir, acho que é conhecida, mas não é frequentada de acordo com a programação que tentam dinamizar.

### **Acha que a imagem pública da Casa Barbot corresponde à realidade?**

Já estava aqui a responder um pouco a isso, eu acho que as pessoas não têm noção, não há aí um caso de as pessoas terem uma má imagem ou boa imagem, acho que é mesmo um caso de desconhecimento das atividades que funcionam lá dentro. Acho que isso sim, não tem essa noção.

### **A Casa Barbot é sobrevalorizada ou subvalorizada publicamente? Pode justificar a sua resposta?**

Na minha opinião é, claramente, subvalorizada porque as pessoas não têm a noção das iniciativas, do agregador no que toca a atividade cultural dinamizada pela câmara, mas na cidade também não há muito mais que funcione lá e mesmo as próprias atividades que lá dinamiza, acho que é muitíssimo subvalorizada.

### **Como é que a Casa Barbot se diferencia da oferta cultural na Área Metropolitana do Porto?**

Na minha opinião não acho que se diferencie por assim dizer, ou seja, acho que o trabalho que faz a Casa é meritório para a cidade, mas talvez se calhar não conseguir ter por um lado, adesão e ligação com uma comunidade como terá, sei lá, o Teatro Rivoli, que claramente esgota, ou a política cultural principalmente aqui no Porto. Acho que consigo fazer uma comparação com o trabalho da Casa Barbot com, como por exemplo, a Casa de Cultura de Paredes, ou outras casas das artes de outras cidades aqui a volta, ou seja, é um excelente trabalho, mas nesse sentido não acho que haja uma diferenciação clara. Pode

ser, se calhar, desconhecimento meu, mas na minha opinião acho que não se diferenciam no tipo de atividades.

**Considera a Casa Barbot como um dos principais espaços culturais na zona Metropolitana do Porto ao lado da Casa da Musica, de Serralves, por exemplo?**

Ao lado desses exemplos não! Até porque ao lado desses exemplos temos sei lá o caso do Teatro de São João e o Rivoli. É como eu digo, acho que Vila Nova de Gaia é um polo cultural importante, também não há muito infelizmente, mas é um polo cultural importante e acho que as pessoas ligadas a cultura na cidade têm essa noção. Na área metropolitana, acredito que também haja esse reconhecimento e acho que tem um papel importante, não ainda nesse aspeto regional precisamente pela questão de não ter criado público fixo e conseguir extravasar o que é a sua atividade para mais e mais e mais audiência, mas acho que sim, que tem essa importância que como normalmente esses espaços têm e do seu concelho em si.

**Tem conhecimentos da existência do gabinete de comunicação do Pelouro da Cultura da Camara Municipal de Gaia?**

Sim, porque já trabalhei em alguns projetos locais aqui na região e sempre tive esse contacto com o Pelouro da Comunicação e com as atividades culturais de Gaia, sim!

**E na sua opinião, catalogaria o gabinete como de fácil contacto? Responderam as suas questões, dúvidas, etc...**

Sim, eu acho que sim até porque comparado, e aí sim posso fazer essa comparação com o resto desta Área Metropolitana, alguns são absolutamente impossíveis de contactar por telefone, ou nunca há uma pessoa que dê a cara ou não alguém com quem se possa falar ou que se saiba que há um horário fixo que tenha alguém com quem se possa falar nessa altura. No Pelouro da Cultura da Câmara sempre houve essa facilidade, essa proximidade...

**Na sua opinião, a Casa Barbot suscita algum interesse para ser mediatizado?**

Sim, sem dúvida e acho que não é mediatizada como deve, tanto na comunicação institucional da câmara como na relação da câmara com os jornalistas. É um espaço claramente de excelência tanto no que toca a arquitetura do espaço, como o que toca as suas atividades dentro daquele contexto da cidade e é muito raro, mas muito raro mesmo, vemos menções a Casa Barbot o sobre o que se passa lá, a uma série de iniciativas que surgiram. Eu lembro-me e por acaso não tenho a certeza se continuou, mas lembro-me que a uns anos havia um programa de fidelização por assim dizer, com o passaporte cultural e lembro-me perfeitamente que essa era uma excelente medida, quando foi lançado, lembro-me desse lançamento, e que teve muito pouca repercussão nos media, teve repercussão em alguns dos órgãos locais, teve repercussão num ou outro jornal, tenho ideia em breves textos mais pequenos, mas essa era uma iniciativa excelente e acho que com uma melhor comunicação tinha tido muito mais impacto, tinha chegado a muitas mais pessoas e tinha criado uma maior notoriedade para a Casa Barbot e para as suas entidades. Por tanto, sim em resumo, tem muitíssimo mais potencial para ser mediatizado do que aquilo que está, totalmente!

**Pensa que é possível melhorar, de algum modo, a notoriedade da Casa Barbot? Quer dar exemplos de medidas?**

Sim, eu acho que em primeiro lugar, era aquilo que eu falava logo no início, ou seja, fazer chegar as pessoas que aquilo não é uma casa que a câmara tem, mas que não funciona lá nada e acho que ainda há muita gente a pensar assim ou então passar aquelas ideias de que não é só uma casa onde estão técnicos da câmara a fazer trabalhos administrativos, não, há vida ali dentro e é vida cultural! E é esta questão de haver um maior contacto com os media para que os meios tenham esse entendimento de que há cultura ali dentro e há atividades que merecem ser explicadas porque vivemos num tempo em que vemos isso cada vez mais, ou seja, festivais, lançamentos, exposições, *workshops*, toda a coisa, e se a Casa Barbot tem isso, há que fazer chegar isso aos media para depois fazer chegar as pessoas porque esse é o principal aspeto. Mas mesmo como dizia a pouco, mesmo na comunicação institucional da câmara, ela tem de aparecer mais vezes e com uma presença mais musculada, por assim dizer, muito mais forte.

### **Alguma outra coisa que queiras dizer, que aches importante...**

Sim, eu acho que fomos falando nas várias coisas... Eu acho que naquela questão da notoriedade, se a Casa Barbot tivesse uma imagem percebida para fora como “ok, é um espaço camarário”, mas se tivesse uma ideia um bocado mais afastada do que é a comunicação da câmara, a comunicação mais política do dia a dia da câmara, mas também só tinha a ganhar, só teria a ganhar se tivesse um assessor dedicado. É claro que isto hoje os orçamentos camarários nem sempre são fáceis, mas parece-me que isso seria uma vantagem.

E sim, hoje em dia, digo eu, que se calhar desde o ponto de vista da comunicação para criar essa notoriedade da Casa é muito fácil e muito difícil, mas ao mesmo tempo muito fácil porque os órgãos estão a procura disso, de espaços culturais que tenham atividades que eles queiram divulgar e conversar e mostrar a cidade que existe e, por outro lado, há muitos espaços do género e há muitos espaços fazendo isso sem estarem ligados a câmara e acho que é um desafio, mas, sinceramente, acho que é uma das coisas mais excitantes de se fazer, de ir aumentando a notoriedade aos poucos e a Casa claramente precisa disso.

### **Por isso a Casa fechou e nem se quer uma notícia foi feita em relação ao fecho...**

Exatamente! É exatamente isso, não há ... porque se não haver notícias, se não houver comunicação, tu também não consegues criar comunidade. De repente alguém que a visita ou que vai lá a uma iniciativa ou vai lá por qualquer razão, foi como iria a câmara a tratar desses assuntos, como iria a um auditório ver o que fosse ver. E lembro-me por exemplo quando li a primeira vez sobre a questão do passaporte cultural e tratei do meu e de uma data dos meus amigos trataram dos seus, algum deles chegaram lá, ou seja, trataram do passaporte cultural e depois não tiveram acompanhamento, não tiveram maior contacto e comunicação, quer lá quer depois em ouvirem falar nos eventos na televisão, na rádio, nos jornais, seja onde for. E então de repente apercebi-me que eles nem se quer tinham usado o passaporte. Fiquei entusiasmado até porque queria aproveitar uma dessas iniciativas, mas não sendo pessoas, no caso por elas próprias de procurarem informação e se manterem, acabaram por perder isso porque também não houve essa tentativa de chagar a elas e acho que isso é importante. Depois aí podes criar parte do que é o jornalismo, sei lá, há sempre a questão das newsletters, que são mais fortes nas redes sociais.

### **Por e-mails automáticos e assim...**

Por exemplo, porque essas questões são importantes para que as pessoas podem conhecer, podem saber que o sítio faz “x” e “y” atividades, mas tem que ser lembradas

no momento, por exemplo, no momento em que estão a verificar o e-mail e estão a limpar outras coisas e de repente veêm um e-mail da Casa Barbot e abrem e apercebem-se que dois dias depois há cinema ou há teatro, ou há seja o que for, mas eu de facto posso ir lá nessa altura e a partir daí fazem o plano. Mas se não houver, as pessoas não podem fazer esses planos, e ir procurar arbitrariamente todos os sítios, seria impossível e, acho que sim, esses e-mails automáticos, essas *newsletters* seriam importantes. Também uma maior presença nas redes sociais, isso hoje em dia é inescapável, até pela facilidade que isso oferece aos jornalistas. Os jornalistas, tem cada vez menos, aquela facilidade de contactar alguém e contactar o sitio e perguntar o que acontece por tanto, às vezes, só aparecer no *feed* do jornalista, ou o jornalista receber um e-mail na caixa profissional já é um lembrete de “ok, eu posso pegar neste aspeto e fazer um texto sobre isto” e acho que sim, acho que sim ...

**- FIM -**

## **Apêndice 11 – Entrevista a Vanessa Ribeiro Rodrigues**

### **I – BREVE BIOGRAFIA**

**Nome:** Vanessa Rodrigues

**Idade:** 36 anos

**Naturalidade:** Matosinhos

**Profissão e local onde trabalha:** Jornalista Independente

### **II – NOTORIEDADE PÚBLICA DA CASA BARBOT**

**1. Acha que a população de Vila Nova de Gaia conhece a Casa Barbot?**

Não tenho a perceção de que a população de Vila Nova de Gaia conheça a Casa Barbot.

**2. Acha que a imagem pública da Casa Barbot corresponde à realidade?**

Não.

**3. A Casa Barbot é sobrevalorizada ou subvalorizada publicamente? Pode justificar a sua resposta?**

Subvalorizado. Apesar de ser classificado como um imóvel de interesse público desde 1982 e à partida, aberto ao público, permanece um local de um certo desconhecimento para o público em geral. Não tenho a perceção sequer que a Casa Barbot se evidencie com uma imagem pública, tendo em conta a relativa invisibilidade social, na esfera pública. Por exemplo, se não fosse este inquérito não refletiria sequer sobre a Casa Barbot, pois não me lembraria da sua existência como espaço cultural.

### **III – IMPORTÂNCIA CULTURAL DA CASA BARBOT**

**4. Como é que a Casa Barbot se diferencia da oferta cultural na área metropolitana do Porto?**

Não se diferencia na medida em que, creio, apenas um grupo restrito de pessoas conhece a Casa Barbot. Em que guias aparece a Casa Barbot, por exemplo? Como podemos tomar conhecimento das atividades que promove e do interesse que poderá ter uma visita ao espaço? Onde existe mais informação sobre o espaço? Por exemplo, uma simples busca na internet devolve resultados quer parques quer carentes de informação aprofundada sobre o espaço e suas atividades.

- 5. Considera a Casa Barbot como um dos principais espaços culturais na zona Metropolitana do Porto ao lado da Casa da Música, de Serralves, por exemplo?**

Não.

#### **IV – COMUNICAÇÃO DE/SOBRE A CASA BARBOT**

- 6. Tem conhecimentos da existência do gabinete de comunicação do Pelouro da Cultura da Camara Municipal de Gaia?**

Sim, tal como todas as edilidades têm, à partida.

- 7. E na sua opinião, catalogaria o gabinete como de fácil contacto? Responderam as suas questões, dúvidas, etc...**

Nunca os contactei, logo não estou apta para responder a esta questão.

- 8. Na sua opinião, a Casa Barbot suscita algum interesse para ser mediatizado?**

Sim, desde que seja configurada uma estratégia na oferta cultural que mobilize para se visitar o espaço.

#### **V – OUTRAS CONSIDERAÇÕES**

- 9. Pensa que é possível melhorar, de algum modo, a notoriedade da Casa Barbot? Quer dar exemplos de medidas?**

**- FIM -**

## **Apêndice 12 – Entrevista a Carla Vieira**

### **Nome**

Carla Maria Peixoto Vieira

### **Idade**

40 anos

### **Naturalidade**

Vila Nova de Gaia

### **Profissão e local onde trabalho**

Gabinete de apoio ao vereador da cultura na área da comunicação, a exercer funções presentemente no gabinete de protocolo e imagem da Câmara Municipal de Gaia.

### **Acha que a população de Vila Nova de Gaia conhece a Casa Barbot?**

A maioria não conhece a Casa Barbot. Conhece de passagem, mas tem curiosidade, mas acho que é... não tem... instinto para poder entrar e conhecer.

### **Acha que a imagem pública da Casa Barbot corresponde à realidade?**

Sim, corresponde e acho até que excede as expectativas porque as pessoas chegam e esperam ver apenas uma casa e vão poder encontrar exposições, vão encontrar momentos musicais, e ... é isso!

### **A Casa Barbot é sobrevalorizada ou subvalorizada publicamente? Pode justificar a sua resposta?**

Mas do ponto de vista de quem está lá dentro ou do público?

### **O que tu achas...**

O que eu acho?

### **Se quiseres falar das duas perspetivas, mas o que achas tu como pessoa que trabalha no gabinete de comunicação. Achas que é sobrevalorizada ou subvalorizada?**

Eu acho que, o que foi possível fazer para dar a conhecer a Barbot, que foi mesmo tentar dar a conhecer o que foi... As tentativas que foram feitas para dar a conhecer foram várias, de várias formas. Se calhar não chegou a grande maioria daí que, em alguns casos, não houvesse tanta adesão do público, eu acho que naquele caso funcionava mais a “palavra passa palavra”, do que propriamente a comunicação seja através das redes sociais ou mesmo dos jornais...

### **Como é que a Casa Barbot se diferencia da oferta cultural na área metropolitana do Porto?**

É uma casa centenária, um dos exemplares únicos aqui na avenida, acho que vale a pena visitar.

### **Considera a Casa Barbot como um dos principais espaços culturais na zona Metropolitana do Porto ao lado da Casa da Musica, de Serralves, por exemplo?**

Se calhar não estará, mas merecia que estivesse...

**Merecia...**

Porque é uma casa riquíssima, cheia de história, cheia de trabalho bonito seja nas madeiras, seja nos tetos, as vidraças, toda a arquitetura...

**A nível de trabalho cultural que fazem, está ao mesmo nível?**

Ah, o trabalho cultural?

**Sim! É mais nesse sentido e não na arquitetura propriamente...**

A nível cultural, sim, numa dimensão muito mais reduzida, não é?

**Por tanto, é mais para nichos, nicho específicos?**

Sim, mas quando se fazia algum trabalho a nível cultural era com o intuito de alcançar o maior numero de público, mas nunca nas dimensões da Casa da Música ou do Museu Serralves.

**Pensa que é possível melhorar, de algum modo, a notoriedade da Casa Barbot?**

Eu julgo que sim, que depois das obras feitas teremos melhores condições para poder receber até outro tipo de iniciativas e poder então chamar mais público, mesmo no espaço exterior, melhorado vai ser...

**Que medidas tomarias para a notoriedade aumentar ou ser diferente?**

Não sei, não faço ideia que tipo de abordagens é que...

**És do gabinete de comunicação, mas não sabes...**

Não me cabia a mim fazer...

**Mas na tua ideia, que era o que farias para mudar a notoriedade da Barbot?**

Sei lá...

**O que faria melhorar, no sentido de tornar-se aquilo que achas que a casa poderia ser... Nesse sentido! Achas que devia ter mais exposição,**

Não, exposições tinha sempre!

**Não, não falo de exposição de peças, falo de exposição pública...**

De exposição pública? Claro! Mais comunicação, porque há muitas pessoas que não conhecem, não sabiam que ali aconteciam exposições, que acontecia concertos, havia os concertos para bebés e lá está era mais a “palavra passa palavra” que conseguia chamar as pessoas, do que propriamente a comunicação e essa comunicação era feita, mas não sei porque...

**Não eram procurados pelos jornalistas? Não havia essa procura, essa iniciativa por parte dos jornalistas de “vamos fazer uma peça da Casa Barbot”?**

Não, não... acho que não!

**Por tanto, era dada a comunicação, mas não havia uma procura exterior?**

Não

**Acaba então por ser a publicação da agenda e já?**

Exato, era por aí!

**Alguma coisa que queiras acrescentar?**

Não, nada a acrescentar!

**- FIM -**

## **Apêndice 13 – Entrevista a Vitor Pinto**

### **Parte I – BREVE BIOGRAFIA**

**Nome:** Vitor Silva Pinto

**Idade:** 47

**Naturalidade:** Porto

**Profissão e local onde trabalha:** Técnico Superior do Município de V.N. Gaia

### **Parte II – NOTORIEDADE PÚBLICA DA CASA BARBOT**

**1. Acha que a população de Vila Nova de Gaia conhece a Casa Barbot?**

A população gaiense, e não só, conhece a Casa Barbot, pelo menos de a ver de passagem na Av. da República.

**2. Acha que a imagem pública da Casa Barbot corresponde à realidade?**

?

**3. A Casa Barbot é sobrevalorizada ou subvalorizada publicamente? Pode justificar a sua resposta?**

A Casa Barbot é, sobretudo, acarinhada pelo público. O valor do património para a comunidade onde está inserido, bem como para quem o visita, depende de cada indivíduo.

### **Parte III – IMPORTÂNCIA CULTURAL DA CASA BARBOT**

**4. Como é que a Casa Barbot se diferencia da oferta cultural na área metropolitana do Porto?**

Durante o seu período de funcionamento (encontra-se encerrada ao público desde fevereiro de 2017) a Casa Barbot diferenciava-se, da mesma forma que a tua casa se diferencia da minha. Podemos ambos servir arroz branco aos nossos convidados, mas a experiência será seguramente diferente para eles, porque o ambiente é diferente (a rua, a decoração, as pessoas...).

**5. Considera a Casa Barbot como um dos principais espaços culturais na zona Metropolitana do Porto (ao lado da Casa da Musica, de Serralves, por exemplo?)**

São dimensões muito diferentes. Incomparáveis.

## **Parte V – OUTRAS CONSIDERAÇÕES**

### **6. Pensa que é possível melhorar, de algum modo, a notoriedade da Casa Barbot? Quer dar exemplos de medidas?**

Sim. Haveria muito a fazer: criação de um sítio multilíngue, produção de material promocional (*flyers*, cartazes, ...), criação de merchandising seria uma boa opção, incentivo à produção de estudos académicos, ...

**- FIM -**

## **Apêndice 14 – Entrevista a Gil Nunes**

### **Nome**

Gil Moreira Nunes

### **Idade**

36 anos

### **Naturalidade**

Sou natural de Vila Nova de Gaia

### **Profissão e local onde trabalho**

Neste momento exerço funções de responsável de comunicação do Fórum de Cidadania e Juventude. Em paralelo, exerço funções como escritor com quatro obras publicadas no mercado e, também, colaborador em vários jornais sobre a área do desporto. Uma área que eu trabalhei e que fiquei com essas colaborações em diversos meios da região.

### **Queres que eu passe agora as perguntas?**

Sim, sim...

### **Acha que a população de Vila Nova de Gaia conhece a Casa Barbot?**

Sim, sobretudo nesta zona central existe um certo conhecimento da Casa Barbot, até pela sua localização. Está localizada numa zona muito central e, como tal até pelas características do edifício, há muita gente que conhece nem que seja pela fachada em si. Em termos de abrangência da Casa Barbot, ou seja, a Casa Barbot como elemento cultural, como Pelouro da Cultura, como Pelouro de apresentações de livros, de exposições de pintura, etc., aí é que o conhecimento não é tão profundo, ou seja, houve uma... penso que faz falta uma ligação entre a própria atividade da casa e a própria arquitetura da casa, falta um bocadinho entender esse equilíbrio. Por tanto, e respondendo concretamente a esta pergunta “*se conhecem a Casa Barbot?*”, acho que há uma predominância de conhecimento nesta zona central, mas nas zonas, pelo menos pela minha sensibilidade, nas zonas mais interiores, mais afastadas, as pessoas tendem a desconhecer. Muitas vezes, colocando no mesmo patamar de alguns equipamentos do Porto, mas sobretudo há um epicentro de conhecimento aqui numa zona mais central

### **Acha que a imagem pública da Casa Barbot corresponde à realidade?**

Eh..., penso que não! A Casa Barbot tem, de facto, uma história que é difícil de entender, tendo em linha de conta que se trata de um edifício que tem muitas raízes a cidade, com muitas raízes a própria família que fez parte daquela casa. A própria história daquela casa que não te sei descrever ao pormenor, por tanto, uma pessoa mal informada te pode dizer que a Casa Barbot é um Polo Cultural, é um edifício que tem, pra além dum aspeto interior muito agradável, tem um aspeto exterior também muito interessante, mas eu acho que não há uma consonância daquilo que é a Casa Barbot, entre a ideia que temos e aquilo que corresponde a realidade. Ou seja, eu acho que a Casa Barbot tem muito mais para apresentar do que aquilo que é visto e que é lido ao cidadão comum.

### **A Casa Barbot é sobrevalorizada ou subvalorizada publicamente? Pode justificar a sua resposta?**

A Casa Barbot é subvalorizada na minha opinião. É uma casa que, com a envolvência que tem, com a localização que tem, com a própria ligação que tem a história da cidade, é uma casa que devia ter uma valorização muito maior. É claro que a dinâmica cultural da cidade terá que estar ligada a Casa Barbot pela imagem que transmite, por todo o enquadramento, faz falta uma valorização, isto passaria também por campanhas de comunicação, dinamização do espaço se calhar noutros pontos da cidade e, também, na área metropolitana do Porto, Basta conhecer a Casa Barbot não tanto, para além da atividade que deveria realizar a nível cultural, através daquelas questões que já mencionei, através de apresentações, através de eventos, mas também como um ponto arquitetónico, ou seja, ligada a esta questão arquitetónica a própria cultura, por tanto, eu acho que a Casa Barbo deveria ser mais valorizada do que aquilo que é, mas passará por muitas dinâmicas culturais, muitas dinâmicas de comunicação sobretudo para se dar a conhecer essas mesmas potencialidades. Por tanto, será um diamante em bruto se me permites...

### **Como é que a Casa Barbot se diferencia da oferta cultural na área metropolitana do Porto?**

Ou seja, esta questão é muito abrangente. Tu para teres uma oferta cultural na área metropolitana do Porto, no meu ver, deverá ser uma oferta integrada, ou seja, tu não podes, a Casa Barbot não pode fazer concorrência, por exemplo, aos eventos que acontecem na Casa da Música do Porto, ou no Jardim de Serralves ou qualquer outro ponto que agora... ou no Coliseu do Porto por exemplo. Não podemos fazer esse tipo de concorrência direta, tem de haver uma complementaridade. A Casa Barbot está localizada num concelho com características muito específicas, por tanto, tem tido uma programação, quanto a mim, muito focalizada na apresentação de livros, exposição de pinturas, coisas mais localizadas, mais telúricas, mais relacionadas com o território e penso que esse é o principal aspeto diferenciador: o aspeto telúrico. Ou seja, a Casa Barbot tem tido uma ligação mais vincada, mais forte em relação aos artistas da região, ao trabalho dos artistas da região. Ao contrário dos outros equipamentos da área metropolitana do Porto que tem tido outra abrangência, mais internacional, mesmo uma abrangência mais internacional, ou seja, podemos ligar... posso-te responder a esta questão da forma em que te respondi, ou seja, deve haver uma perspetiva integradora, mas ao menos tempo, teres uma forma de fermentares muito esse lado telúrico dos artistas da região, de modo a que, muita gente que tenha palcos mais reduzidos, ali pode-se ter palcos mais reduzidos noutros pontos, mas tem aqui o seu ponto privilegiado e penso que a Casa Barbot pode ser uma boa alavanca, quer para a Casa Barbot em si, quer alavanca de todos os equipamentos aqui em Gaia. Penso que pode ser esse o principal aspeto diferenciador.

### **Considera a Casa Barbot como um dos principais espaços culturais na zona Metropolitana do Porto ao lado da Casa da Musica, de Serralves, por exemplo?**

De momento, não... de momento não!

### **Ao pé da Casa da Música, de Serralves, que é o que tinha dito anteriormente...**

Nada, não podemos comparar a Casa Barbot com a Casa da Música, com o Jardim de Serralves, ou seja, são equipamentos que estão noutro patamar. Posso-te responder que estão vocacionados para outro tipo de público naturalmente dado que a oferta... também não te posso responder que a oferta seja melhor na Casa da Música, que seja melhor em Serralves pelo menos, pelo menos em termos de mediatismo, tudo o que acontece lá, tem um impacto muito mais forte do que acontece na Casa Barbot. Não diria que é um dos principais espaços da zona metropolitana do Porto, diria que é um dos principais espaços

culturais do concelho de Gaia. Seja como for, essa perspetiva, eu acho que a Casa Barbot, como respondi anteriormente, poderia aproveitar um bocadinho desse potencial arquitetónico de que dispõe para não estar num patamar em que se possa comparar com a Casa Da Música ou de Serralves, mas estar ali num patamar intermedio, ou seja, desligar-se um bocadinho, complementar um bocadinho esse aspeto telúrico que tem, passando um bocadinho para outro patamar que possa servir de ponto intermedio entre esses grandes polos e aquilo que a Casa Barbot é atualmente.

**Pensa que é possível melhorar, de algum modo, a notoriedade da Casa Barbot? Quer dar exemplos de medidas?**

Eu já te dei exemplo de algumas medidas...

**Sim...**

Através de campanhas de comunicação; através de publicitação; da ligação da própria Casa Barbot ao apeto arquitetónico que dispõe; ligação da Casa Barbot com outras casas semelhantes por este país fora, não digo tanto em termos arquitetónicos nem em termos de imagem, mas casas que tenham funções idênticas; ligações das apresentações dos próprios artistas que se façam na Casa Barbot que possam ter uma relação maior através de campanhas de comunicação, por exemplo, com entrevistas a saírem nos jornais privilegiando a autarquia por exemplo, a aliança; apresentações e realização de exposições na própria Casa Barbot, ou seja, um bocadinho fazer com que os artistas sejam a alavanca desta Casa Barbot. Por tanto, campanhas de comunicação, respondi-te com a valorização do património arquitetónico e também da ligação dos próprios artistas com a Casa Barbot, ou seja, artistas que façam apresentações, que façam exposições seja o que for na Casa Barbot e que sejam promotores dessa mesma alavanca. Por exemplo, um projeto que se poderiam trazer para Gaia são as noites de *Lorde Byron* que é uma iniciativa de escrita solidária em que vários autores ficam numa noite a escrever e depois o resultado da escrita é feita uma edição dum livro desses mesmos contos, cuja receita reverte para instituições de solidariedade. São eventos de algum peso que se podem realizar, se pode aproveitar o potencial do jardim para se realizarem alguns eventos ao ar livre, eventos de menor dimensão, eventos que não sejam megalómanos, mas acima de tudo que façam... não é preciso sermos megalómanos para sermos conhecidos e para termos um bom trabalho. Por tanto, colocando o primeiro aspeto que eu te disse, colocando esse patamar intermedio entre sair um bocadinho daquele ponto digamos só telúricos que a Casa Barbot faz agora e passar um bocadinho para... não passando para aqueles grandes eventos, mas para o ponto intermedio e, a partir de aí trabalhar esse ponto intermedio que pode ser o futuro da Casa Barbot.

**- FIM -**

## **Apêndice 15 – Entrevista a Pedro Matos Trigo**

### **Nome**

Pedro Matos Trigo

### **Idade**

51 anos

### **Naturalidade**

Portuguesa

### **Profissão**

Assessor de imprensa

### **Local onde trabalha**

Na Maia tenho uma agência de comunicação.

### **Acha que a população de Vila Nova de Gaia conhece a Casa Barbot?**

Sim, sem dúvida!

### **Acha que a imagem pública da Casa Barbot corresponde à realidade?**

Agora não porque entrou em decadência, mas já teve uma boa imagem.

### **A Casa Barbot é sobrevalorizada ou subvalorizada publicamente? Pode justificar a sua resposta?**

É capaz de estar sobrevalorizada porque durante muito tempo era sinónimo de Pelouro da Cultura. A comunicação era feita... não se dizia “o Pelouro da Cultura de Gaia vai fazer isto”, não!, “a Casa Barbot vai fazer isto!” era sinónimo de Pelouro da Cultura, como o que lhe dava maior autonomia em termos de imagem. Por isso, é capaz de ainda estar sobrevalorizada.

### **Como é que a Casa Barbot se diferencia da oferta cultural na Área Metropolitana do Porto?**

Desde logo pelo edifício em si, que é um edifício histórico, tem mais de 100 anos e por tanto isso dá-lhe uma carga cultural que outra autarquia não tem em termos culturais. Tem uma história por trás de quem lá viveu, ainda por cima o nome Barbot foram os antigos proprietários, uma família conhecida.

### **Considera a Casa Barbot como um dos principais espaços culturais na zona Metropolitana do Porto ao lado da Casa da Música, de Serralves, por exemplo?**

Não podemos exagerar. Não! não está ao nível duma Casa da Música, nem de Serralves, nem de coisa que o valha. Digamos que tentou ser, proporcionalmente a proporção de Gaia, tentou ser, o principal polo cultural e acho que conseguiu ser, mas obviamente que dentro de Gaia porque na área metropolitana do Porto ninguém consegue “combater” uma Fundação de Serralves ou uma Fundação Casa da Música que tem por trás mecenas, desde logo bancos e o Estado, não é? Por tanto, a ação de uma Casa da Música e de uma Fundação de Serralves não fica na cidade do Porto, nem se quer na área metropolitana,

estende-se por toda a área da Região Norte e inclusivamente pelo país. Há muita gente de Lisboa que vem ver eventos e grandes exposições a Serralves ou na Casa Da Música e acredito que ninguém tenha vindo expressamente de Lisboa para ver um evento na Casa Barbot, não é?

**É para outro tipo de nicho, se calhar...**

É mais proporcional, embora tenha extravasado a população de Gaia. A Casa Barbot chegou a ter alguma projeção a nível da área metropolitana, sobretudo, Gaia, Porto, Matosinhos, o centro da área metropolitana do Porto.

**Tem conhecimentos da existência do gabinete de comunicação do Pelouro da Cultura da Camara Municipal de Gaia?**

Sim, claro!

**E na sua opinião, catalogaria o gabinete como de fácil contacto? Responderam as suas questões, dúvidas, etc...**

Sim, a ideia que eu tenho é que era fácilimo.

**A dinâmica...**

Sim, qualquer coisa era facilmente contactável. Fazia comunicação pela sua iniciativa e, quem queria saber alguma coisa, ligava e havia. Até porque tinha vários órgãos, tinha revistas, tinha agendas, tinha várias maneiras de falar, comunicar...

**Na sua opinião, a Casa Barbot suscita algum interesse para ser mediatizado?**

Lá está, neste caso o interesse acaba por se resumir ao património, não é? Ao valor patrimonial que ali está, que é efetivamente uma casa que vai começar outra vez a deteriorar-se como estava antes do Pelouro da Cultura de Gaia se instalar lá. A casa estava fechada, começou a ser vandalizada, inclusivamente, e a ida para o Pelouro da Cultura serviu para retirar-la do abandono e arranjar maneira de a reformar, fazer algumas obras, valorizar. Foram instaladas lá algumas obras, nomeadamente do Paulo...

**Neves...**

Não... Paulo Neves sim, exatamente. Aquela escultura que lá está é do Paulo Neves, por tanto, fizeram-se coisas na estufa. A estufa que lá está no meio do jardim chegou a ser dinamizada para eventos. Por tanto, a Casa Foi valorizada enquanto património também com a ida para lá do Pelouro da Cultura. O facto de o Pelouro ter saído de lá outra vez, a casa voltou a fechar as portas e corre o risco de voltar a história de a 20 anos atrás em que estava fechada e tornou-se em um local de degradação e abandono.

**É possível melhorar, de algum modo, a notoriedade da Casa Barbot? Quer dar exemplos de medidas?**

Sim! Se o município de Gaia quiser voltar a utiliza-lo, independentemente ser como Pelouro da Cultura o como um Polo nomeadamente cultural é perfeitamente possível, que a casa não sendo de salas muito espaçosas, permite fazer uma coisa que foi muito feita lá que são micro eventos e, por tanto, pode-se tirar partido da casa para usufruição pública obrigando as pessoas a frequentar a Casa e conhece-la. Fizeram-se lá várias exposições, momentos musicais, teatro... isso permitia as pessoas entrarem, alias porque aquilo tinha uma porta aberta ao público, não era como na câmara, não tinha um segurança, não! Aquilo era um imóvel de interesse público, aliás, que as pessoas podiam visitar mesmo

que não estivesse nenhuma exposição lá a acontecer, mas as pessoas podiam lá entrar e visitar a casa.

### **A maioria nem sabia...**

Pois...

### **Não tenho mais perguntas, alguma outra coisa que ache que seja relevante dizer e que me esteja aqui a faltar em base a comunicação...**

Era um bocadinho isto que eu estava a dizer, o facto de se terem realizado lá muitos eventos de pequena dimensão, isto é, para públicos reduzidos e variados, por tanto, havia jazz como folclore, havia... lembro-me que levei inclusivamente lá a minha filha com 3 anos, fui lá ver *Um monólogo de Beckett, O último monólogo de Krapp*, Samuel Beckett é que era o autor, que é um autor muito difícil... e eu levei lá a minha filha com três anos para ver aquilo e estávamos 15 pessoas e não tinha espaço lá para mais assistência e isso permitiu tocar muitos públicos diferente, não de massas, mas muitos públicos diferentes. Houve exposições, por exemplo, dos artistas de Gaia que têm muita projeção a nível de Gaia chamam muita gente, que é uma cooperativa que une os vários artistas plásticos, muitos artistas plásticos de Gaia, por tanto, qualquer evento que eles fazem, vai muita gente, não é? Porque cada artista atrai muitas pessoas. Tudo isto fez a Casa Barbot ser conhecida por dentro pela população e, não só, de Gaia. Era o que eu dizia, havia gente que ia do Porto para lá... depois lançou-se, por exemplo, o passaporte cultural. Houve assim algumas iniciativas que contribuíram para dar projeção a Casa Barbot.

### **De facto, alguma da visibilidade que teve foi por causa do passaporte....**

Foi uma grande ideia, sim! Além disso havia uma revista trimestral, além da agenda de eventos, havia uma revista trimestral sobre a cultura em Gaia. Era uma revista mais profunda, mais eh... não diria propriamente erudita, mas não era uma coisa ligeira, em que se fazias análises mais profundas sobre a cultura em Gaia e, obviamente, o numero um, o destaque, o numero um era a Casa Barbot e a sua reabilitação e tudo isso. E a partir de aí falávamos que esta a ser feito mais isto na Casa Barbot e mais aquilo porque, em termos de património arquitetónico é importante, ilustra uma época, não é? Por tanto, a comunicação que se fez era sempre muito centrada, obviamente, na Casa Barbot, mas isso nós quase não falávamos do Pelouro da Cultura, era “a Casa Barbot” e isso deu-lhe muita projeção. Foi realmente pena o fecho da casa porque foi quase, deitar fora o trabalho feito e a valorização com o fecho agora, e a própria escultura do Paulo Neves e o resto da reabilitação que foi feita no espaço... fica fechada outra vez, ninguém pode usufruir e não se sabe que pode acontecer a aquilo, não é? Havia projetos para montar lá uma cafetaria, uma pequena livraria biblioteca, por tanto, haviam coisas que podiam ser feitas aí e, prontos, e realmente uma pena deitar-se fora todo o trabalho porque é um edifício emblemático, não só em Gaia, mas dentro da área metropolitana do Porto é um dos poucos exemplos de ...

### **Arte nova...**

Exatamente! É uma das poucas coisas que resta. Por tanto, pelo menos a nível da área metropolitana do Porto e, atrevo-me a dizer que pelo menos da Região Norte, é um caso raro e, por tanto, é uma pena perdermos aquilo que estava a ser feito ali...

**- FIM -**

## Apêndice 16 – Guião do inquérito aplicado aos gaienses

Nº \_\_\_\_\_

Sexo: M \_\_\_ F \_\_\_

Idade: \_\_\_\_\_

Profissão: \_\_\_\_\_

1) É residente em Vila Nova de Gaia?

Sim \_\_\_ Não \_\_\_ Onde? \_\_\_\_\_

2) Sabe onde se encontra sediado o pelouro da cultura da Câmara Municipal de Gaia?

Sim \_\_\_ Não \_\_\_

3) Conhece a Casa Barbot?

Sim \_\_\_ Não \_\_\_

4) Se respondeu sim na pergunta anterior: conhece a missão da Casa Barbot?

Sim \_\_\_ Não \_\_\_

5) Tem uma opinião sobre a Casa Barbot?

Boa \_\_\_ Má \_\_\_ Sem opinião \_\_\_\_\_

6) Visitou alguma vez a Casa Barbot?

Sim \_\_\_ Não \_\_\_

7) Sabia que a Casa Barbot é considerada monumento de interesse público?

Sim \_\_\_ Não \_\_\_

8) Tem conhecimento dos eventos que se realizam na Casa Barbot?

Sim \_\_\_ Não \_\_\_

**9) Na sua opinião, mudaria a estratégia de comunicação do Pelouro da cultura da Câmara de Vila Nova de Gaia?**

**Sim \_\_\_ Não \_\_\_ Porquê? \_\_\_\_\_**

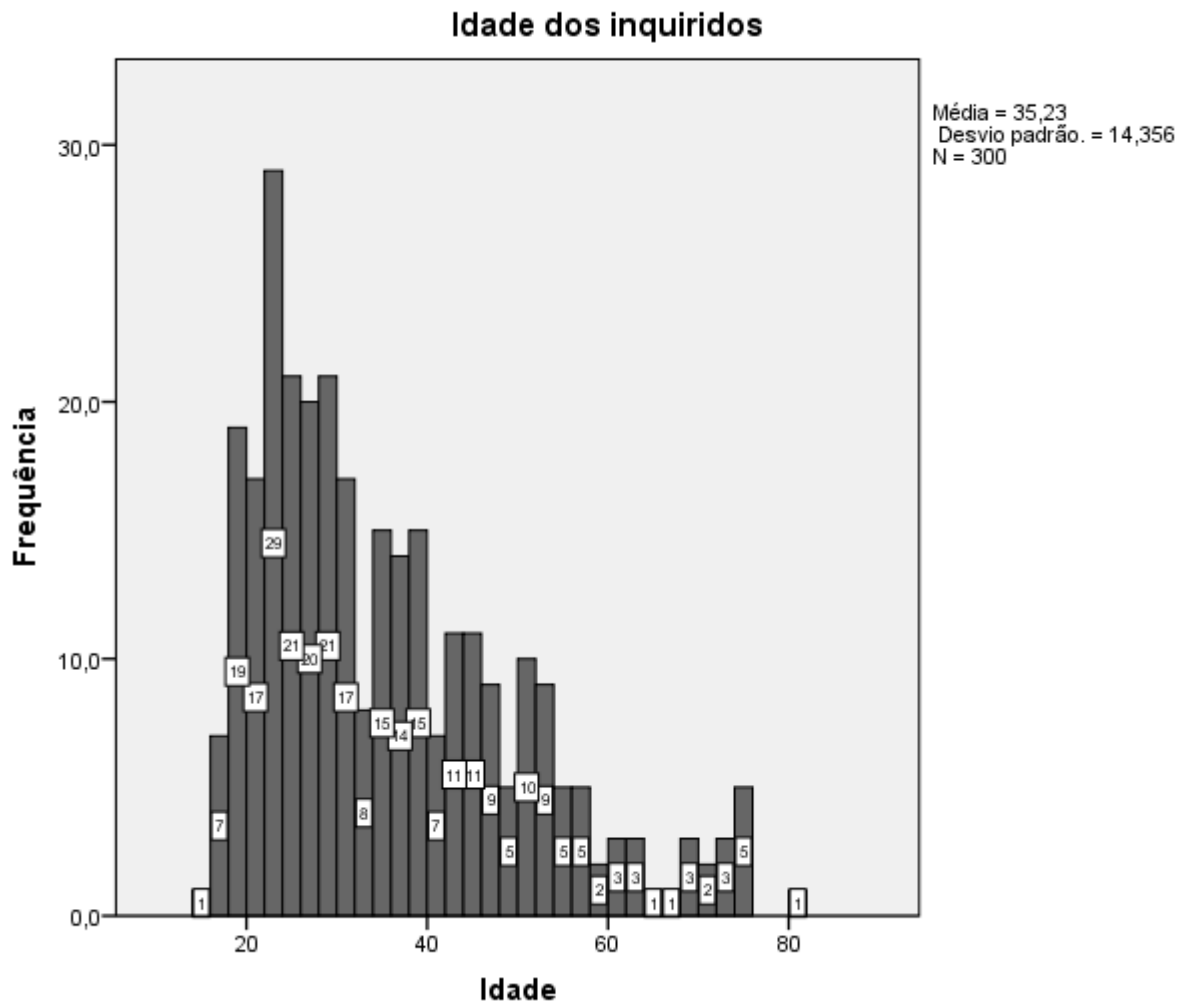
**10) E da Casa Barbot?**

**Sim \_\_\_ Não \_\_\_ Porquê? \_\_\_\_\_**

**Obrigada pelo tempo dispensado,  
Que tenha um bom dia!**

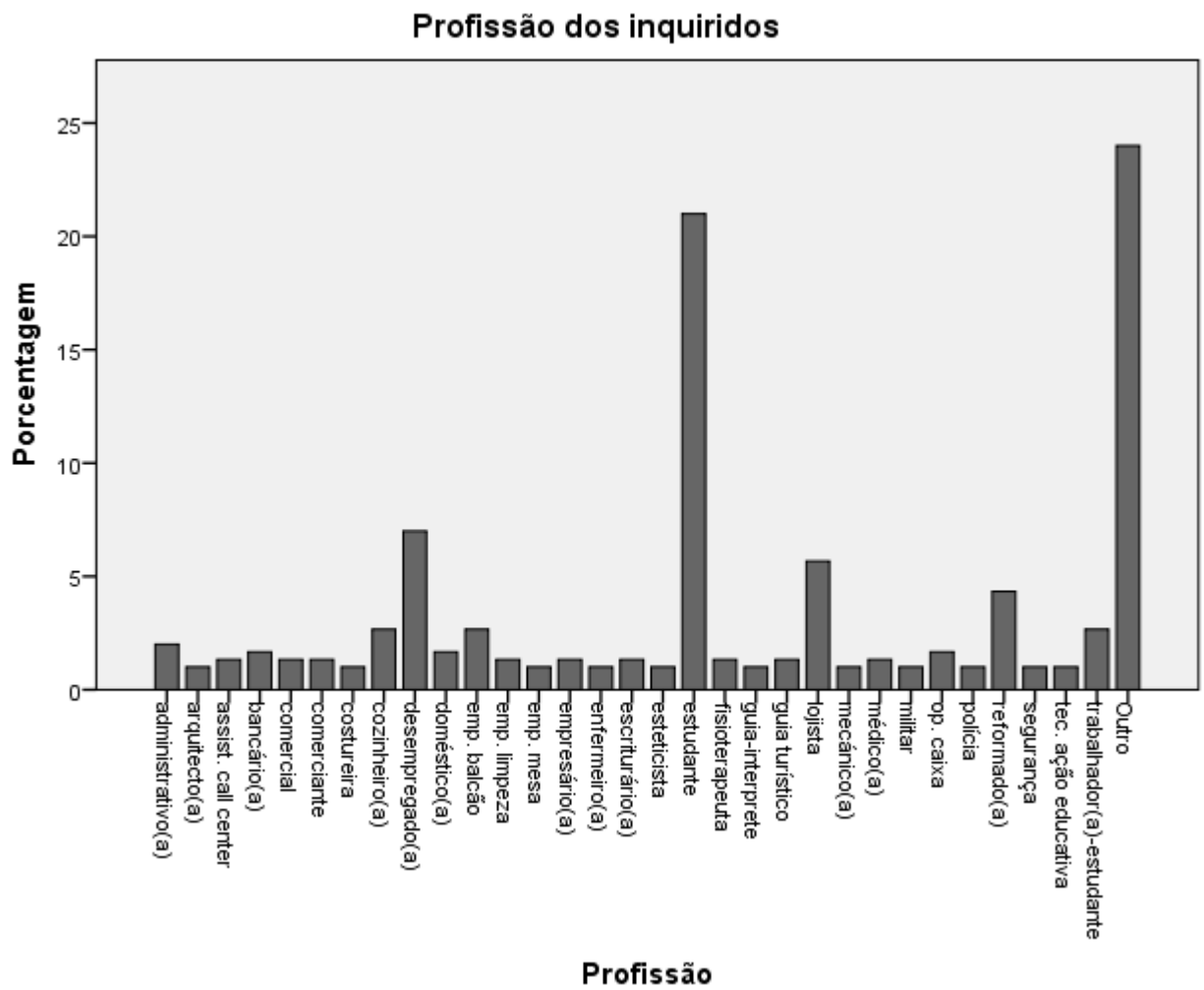
## Apêndice 17 – Gráficos da análise de opinião dos gaienses

### Ilustração 2



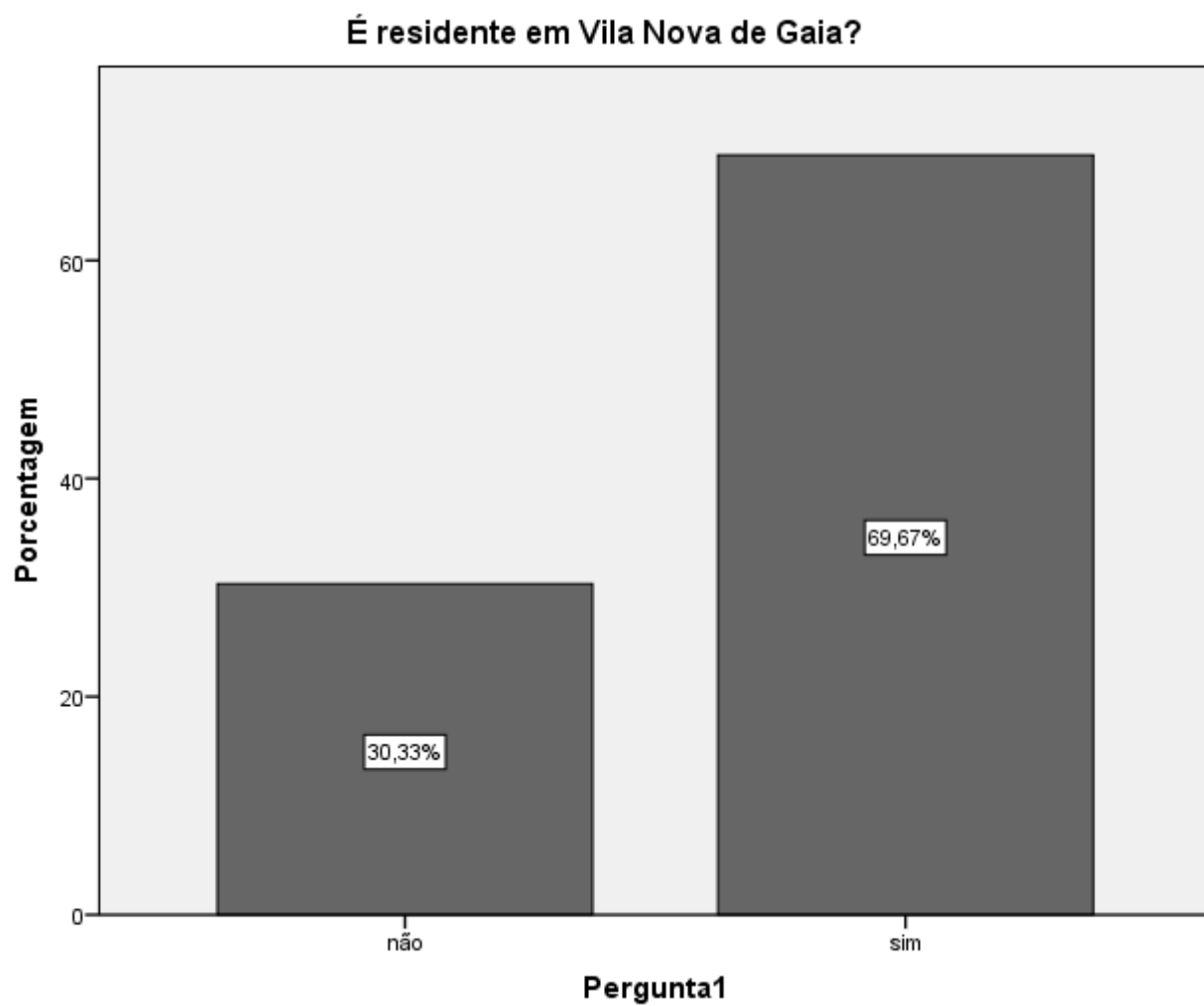
Fonte: SPSS

Ilustração 3



Fonte: SPSS

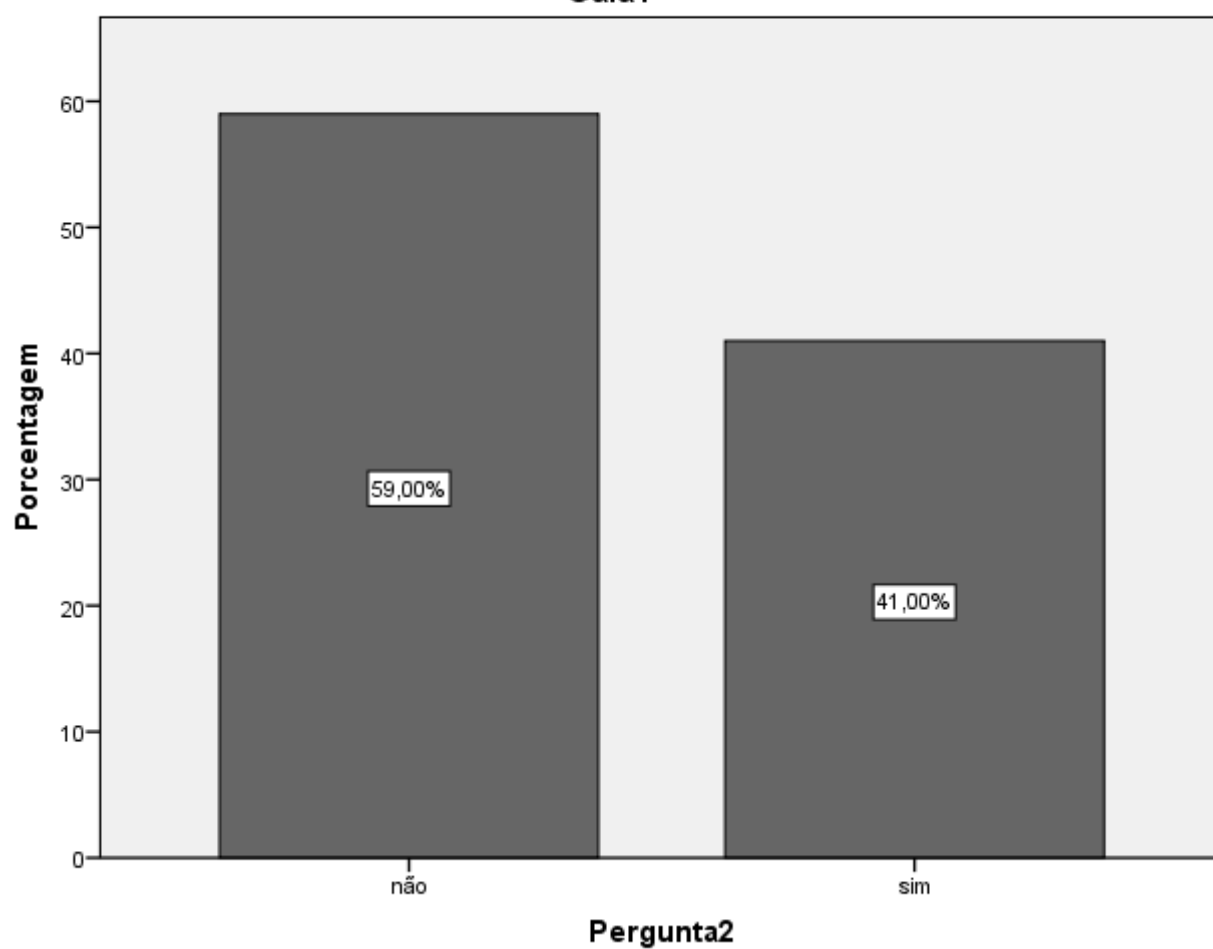
#### Ilustração 4



Fonte: SPSS

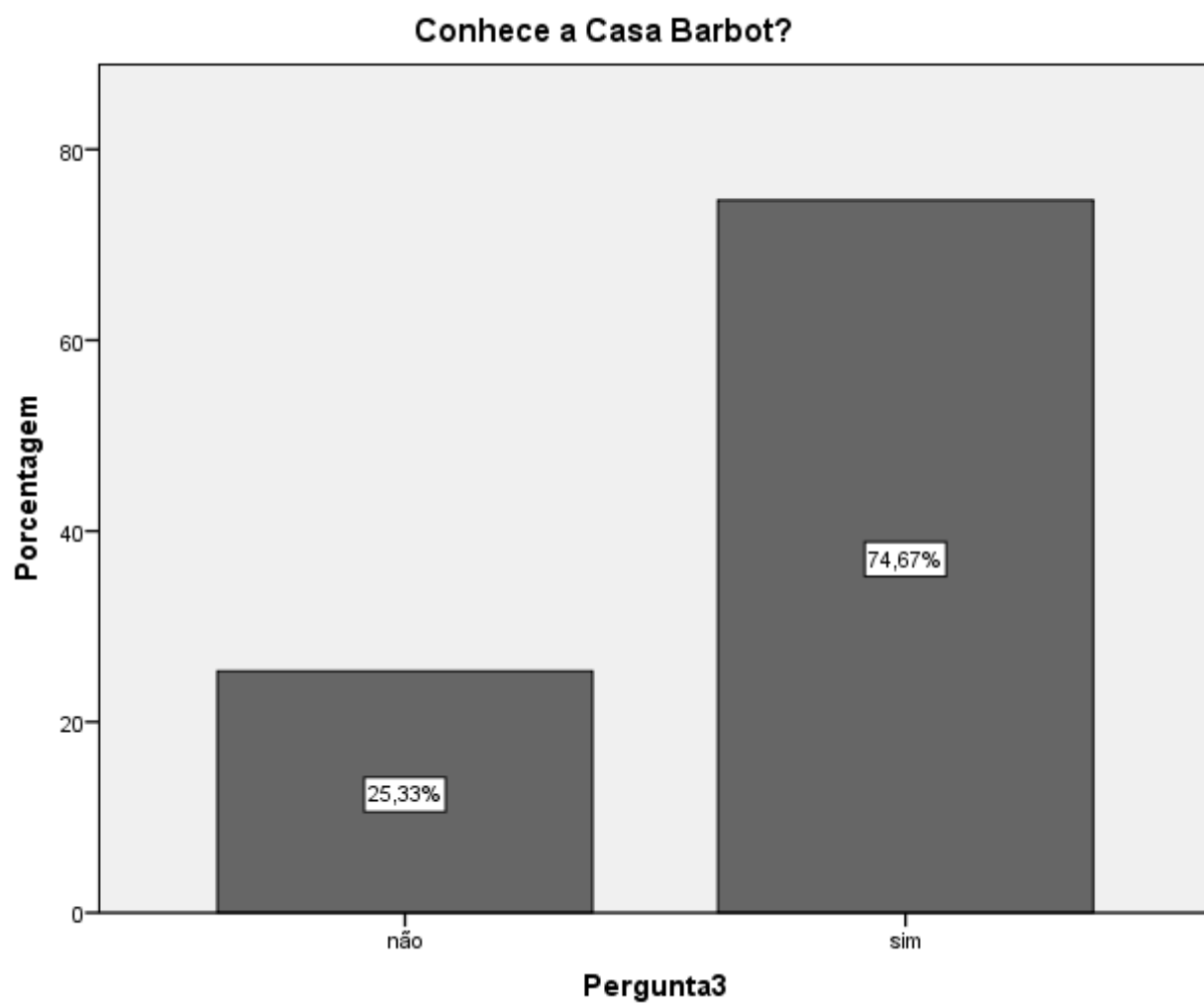
## Ilustração 5

Sabe onde se encontra sediado o Pelouro da Cultura da Câmara Municipal de Gaia?



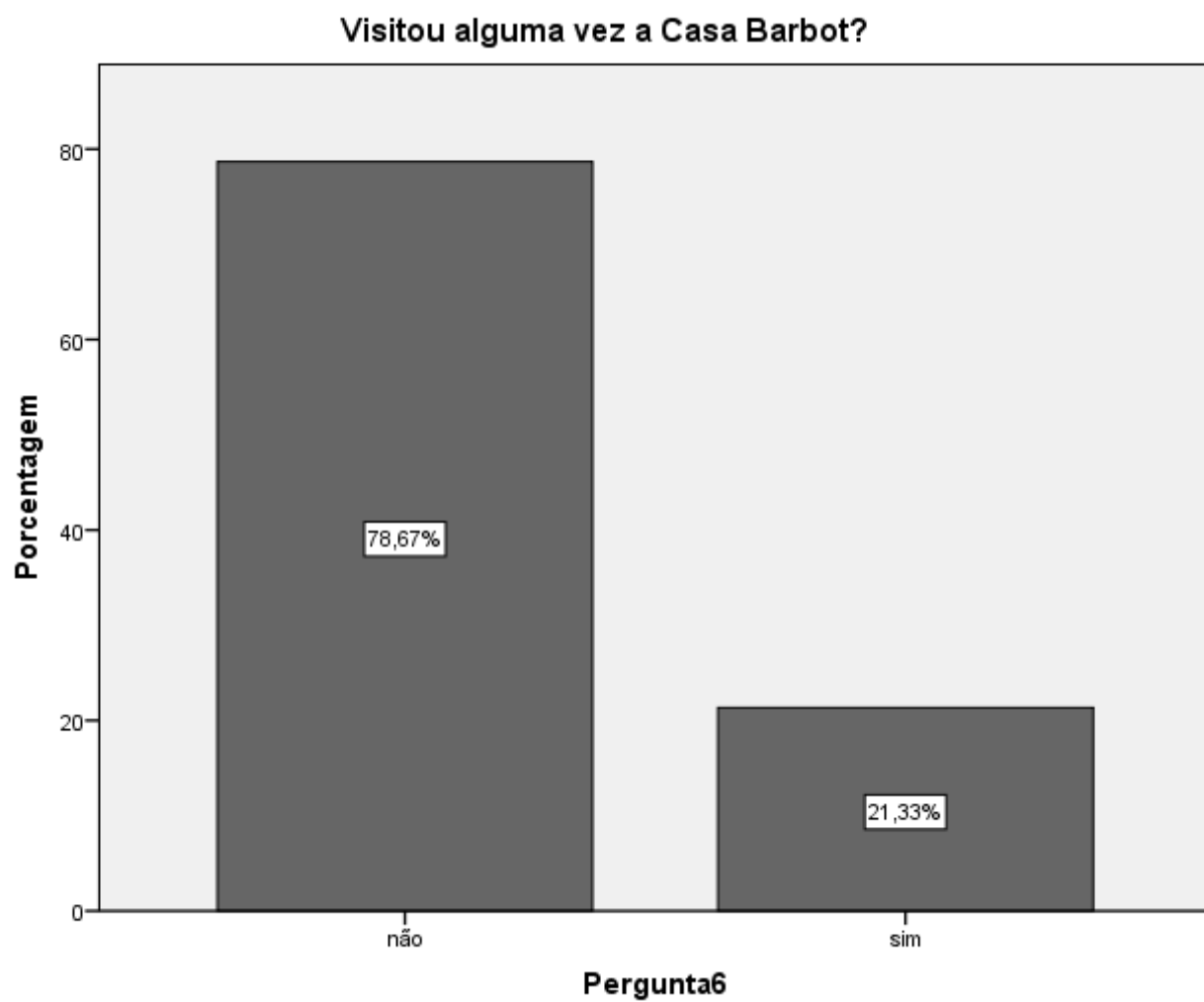
Fonte: SPSS

## Ilustração 6



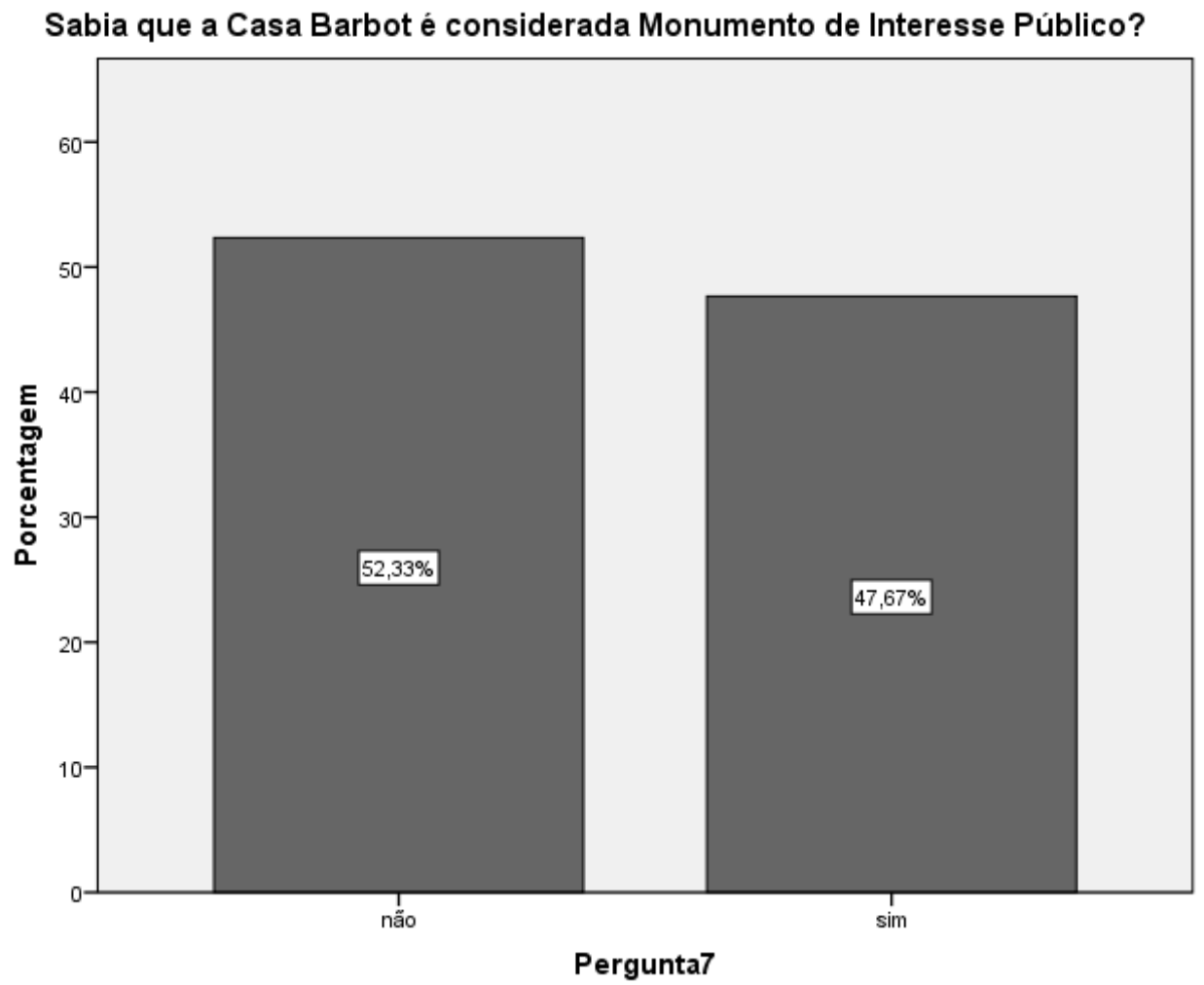
Fonte: SPSS

## Ilustração 9



Fonte: SPSS

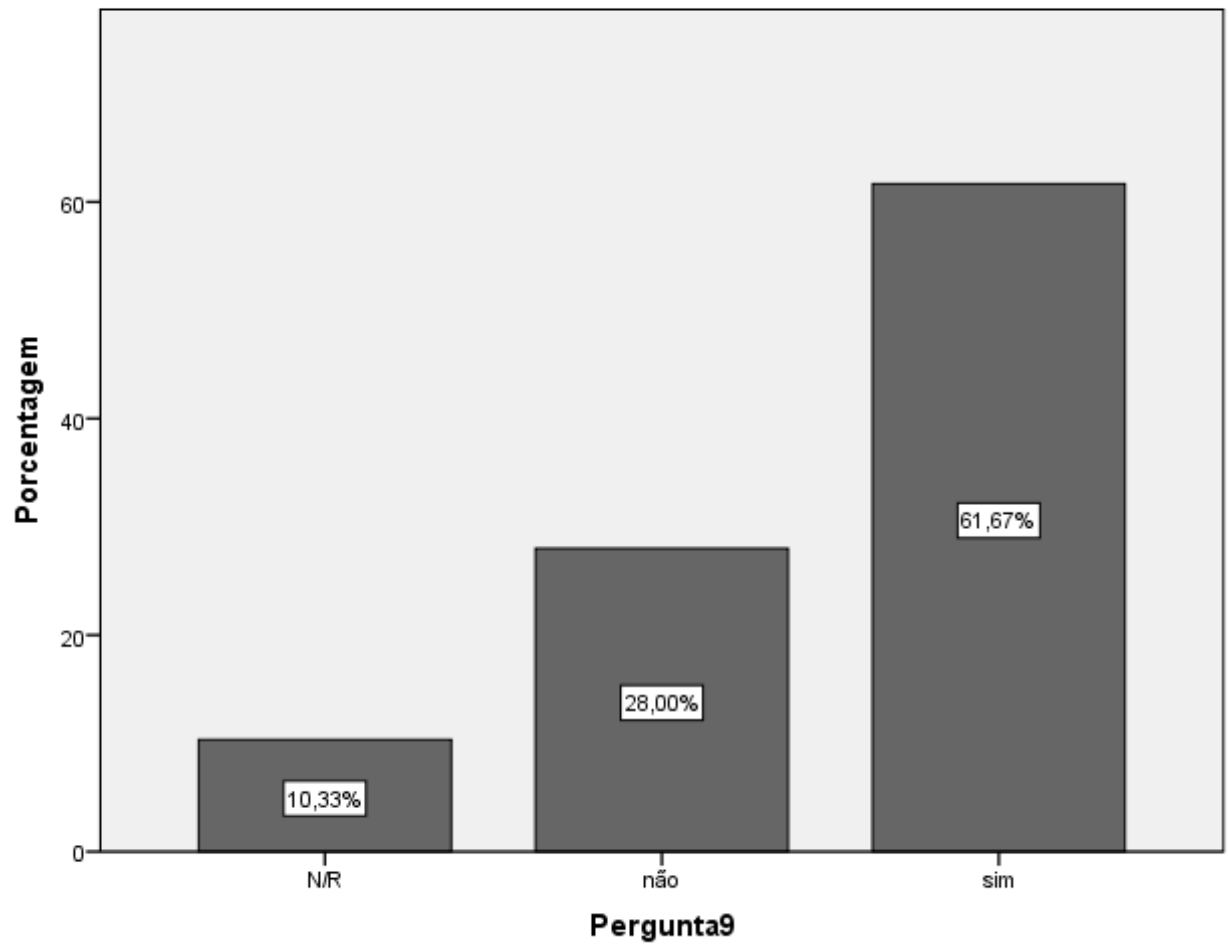
## Ilustração 10



Fonte: SPSS

## Ilustração 12

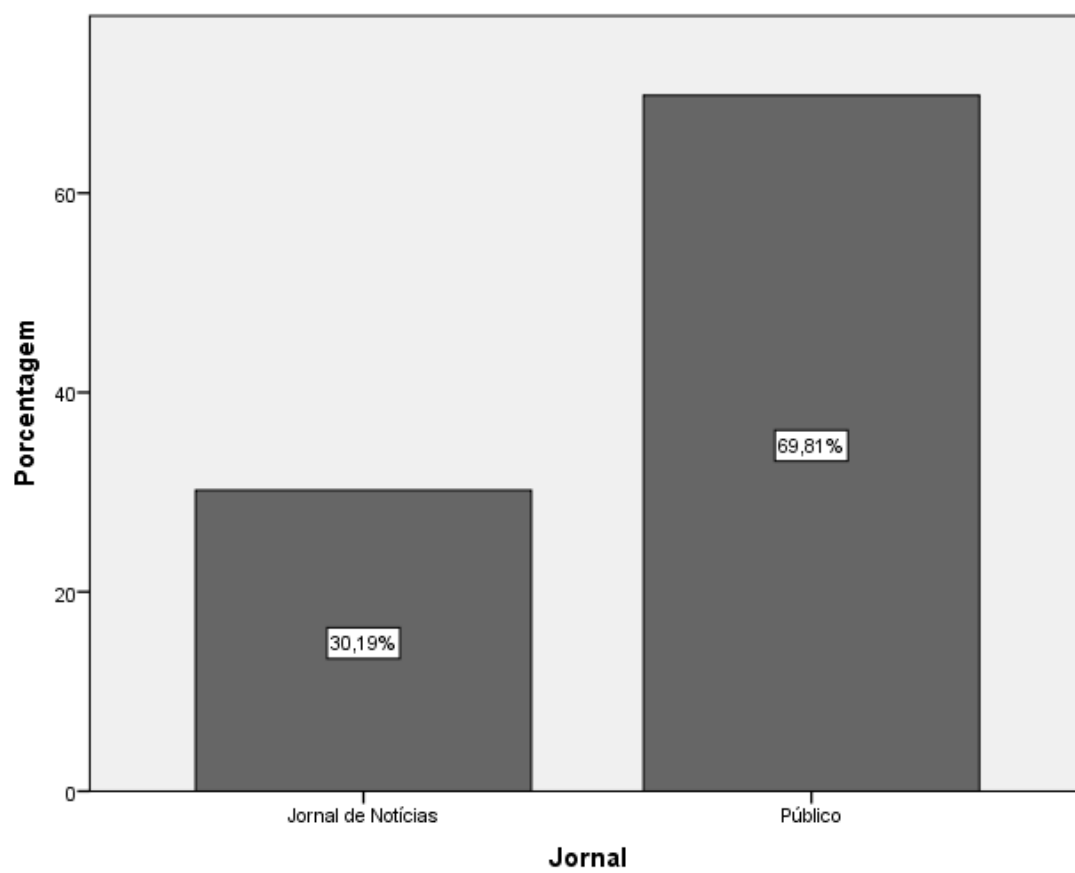
Na sua opinião, mudaria a estratégia de comunicação do Pelouro da cultura da Câmara de Vila Nova de Gaia?



Fonte: SPSS

## Apêndice 18 – Gráficos da análise das notícias

Ilustração 21



Fonte: SPSS