

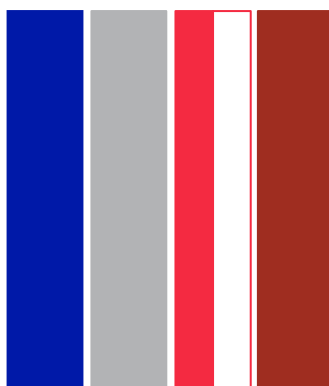
MESTRADO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
VERTENTE DE ESTUDO DOS MEDIA E JORNALISMO

O Porto Canal na Comunicação Regional: Elementos de Identidade Cultural

Ana Vitória de Carvalho Botelho

M

2024



Ana Vitória de Carvalho Botelho

O Porto Canal na Comunicação Regional: Elementos de Identidade Cultural

Relatório de estágio realizado no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação na vertente de Estudo dos Media e Jornalismo, orientado pela Professora Doutora Helena Laura Dias de Lima

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

2024

Sumário

Declaração de honra / <i>Declaration of Honour</i>	4
Agradecimentos	5
Resumo.....	6
Abstract	7
Índice de Figuras	8
Índice de Tabelas.....	8
Introdução.....	9
1.Revisão de Literatura	10
1.1. Comunicação Local e Regional e o Jornalismo de Proximidade.....	10
1.2. Televisões Locais e Regionais	16
1.3. Teorias de Identidade e Teorias de Comunicação.....	30
1.4. Impacto dos Media na Identidade Cultural.....	43
2.Porto Canal: História, Identidade e Atualidade	48
3.Estágio no Porto Canal	59
3.1. Local de estágio: As instalações do Porto Canal.....	60
3.2. Tarefas realizadas na redação	62
3.3. Tarefas realizadas no terreno.....	66
4.Estudo de Caso	72
4.1. O Porto Canal como palco de representação das Identidades Culturais	72
4.2. Metodologia	78
4.3. Análise de Dados e Discussão de Resultados	81
4.3.1. “Vendas e Homenagens dia de Todos os Santos”; “66ª Edição da volta a paranhos conta com 2500 participantes” e “Jogo do Pau de Cabeceiras de Basto Património Cultural”	88
Conclusão	95
Referências Bibliográficas	97
Anexos.....	101
Apêndices.....	106

Declaração de honra / *Declaration of Honour*

Declaro que o presente relatório é de minha autoria e não foi utilizada/o previamente noutro curso ou unidade curricular, desta ou de outra instituição. As referências a outros autores (textos, trabalhos, ideias) respeitam escrupulosamente as regras de atribuição de autoria e encontram-se devidamente indicadas no texto e nas referências bibliográficas, de acordo com as normas de referenciação. Tenho consciência de que a prática de plágio e auto-plágio constitui um ilícito académico.

I hereby declare that this report is of my authorship and has not been used previously in another course, degree, curricular unit or subject, at this or any other institution. References to other authors (statements, ideas, thoughts) scrupulously respect the rules of attribution and are duly indicated in the text and bibliographical references, in accordance with the rules of referencing. I am aware that the practice of plagiarism and self-plagiarism is an academic offence.

Declaro, ainda, que não utilizei ferramentas de inteligência artificial generativa (chatbots baseados em grandes modelos de linguagem) para realização de parte(s) do presente relatório, encontrando-se todas as interações (prompts e respostas) transcritas em anexo.

I further declare that I have not used generative artificial intelligence tools (chatbots based on large language models) to carry out part(s) of this report, and that all interactions (prompts and responses) have been transcribed in the annex.

Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 2024

Ana Vitória de Carvalho Botelho

Agradecimentos

Quero demonstrar a minha gratidão perante o núcleo de pessoas que me ajudou a traçar este caminho.

À minha família, por todo o apoio, paciência e dedicação ao longo do meu percurso académico. Agradeço o voto de confiança por me darem sempre asas para ir atrás do meu sonho, amparando-me sempre as quedas e motivando-me sempre a voar mais alto.

Gratulo os meus amigos por toda a motivação e orientação, por terem sempre uma palavra de conforto e celebrarem vivamente as minhas vitórias.

Um agradecimento especial ao meu namorado, pelo apoio contínuo, junto com todo o companheirismo, assim como toda motivação fornecida para que concretize sempre os meus objetivos.

Presto também os meus agradecimentos às entidades que me acolheram. À faculdade de Letras da Universidade do Porto, que foi a minha casa durante 2 anos. Gratulo a minha orientadora de estágio, a Professora Doutora Helena Laura de Dias Lima, por todo o acompanhamento e ajuda prestada durante este processo.

Quero agraciar também a entidade profissional do Porto Canal, que me recebeu durante os 3 meses de estágio. Manifesto o meu verdadeiro reconhecimento a todos os elementos que cooperaram com a minha instrução, transmitindo-me os ensinamentos necessários para o amadurecimento das minhas competências globais. Deixo o meu agradecimento sincero à jornalista Ana Rita Basto, que foi um exemplo, enquanto minha professora de televisão na Licenciatura e minha orientadora de estágio no Porto Canal. Obrigada por todo o apoio e por me incutir os valores do jornalismo.

A todos que me acompanharam, o meu obrigada sincero.

Resumo

O Porto Canal é uma estação televisiva criada a 29 de setembro de 2006. Embora se defina como generalista, o canal mostra desde a sua génese o interesse pela Região Norte do país, desempenhando assim um papel enquanto palco de representação para as Identidades Culturais, principalmente das comunidades abrangentes na sua área de cobertura. Através de narrativas jornalísticas temáticas, o Porto Canal procura dar visibilidade aos elementos culturais que caracterizam as identidades das coletividades portuguesas, acompanhando e transmitindo as suas manifestações de cultura popular nas variadas formas (Tradições, Folclore, Festividades, Gastronomia, Crenças, Costumes...). Neste sentido, enquanto meio de comunicação, o Porto Canal pratica um jornalismo de proximidade, permitindo à audiência desenvolver um sentimento de identificação com o seu conteúdo, e simultaneamente, um sentimento de pertença associado ao que é representado através dos blocos noticiosos da estação (Manhã Informativa, Tarde Informativa e Noite Informativa). Os alinhamentos que compõe a Informação do Porto Canal são caracterizados por serem diversificados, abrangendo uma série de editorias, nas quais os profissionais procuram fazer reportagens que não sejam desenvolvidas por outros meios de comunicação. Esta meta reflete-se sobretudo nas peças jornalísticas que são criadas a partir de uma perspetiva regional e local, com especial detalhe no discurso do OFF, do som e da imagem e das fontes entrevistadas. Assim, é na editoria da Cultura em que o Porto Canal se distingue dos restantes canais de televisão, representando componentes característicos da cultura popular pelo país, olhando em particular para as regiões e de que forma elas se afirmam pela sua identidade.

Palavras-chave: Porto Canal; Comunicação Regional; Jornalismo de Proximidade; Identidade Cultural; Representações Sociais

Abstract

Porto Canal is a television station created on September 29, 2006. Although it defines itself as generalist, the channel has been interested in the country's northern region since its inception, playing a role as a stage of representation for cultural identities, especially those of the communities within its coverage area. Through thematic journalistic narratives, Porto Canal seeks to give visibility to the cultural elements that characterize the identities of Portuguese communities, accompanying and transmitting their manifestations of popular culture in various forms (Traditions, Folklore, Festivities, Gastronomy, Beliefs, Customs...). In this sense, as a means of communication, Porto Canal practices proximity journalism, allowing the audience to develop a sense of identification with its content, and at the same time, a sense of belonging associated with what is represented through the station's news blocks (Manhã Informativa, Tarde Informativa and Noite Informativa). The line-ups that make up Porto Canal Information are characterized by being diverse, covering a series of editorials, in which the professionals try to do reports that are not developed by other media. This goal is reflected above all in the journalistic pieces that are created from a regional and local perspective, with special detail in the discourse of the OFF, the sound and image and the sources interviewed. Thus, it is in the Culture section that Porto Canal distinguishes itself from other television channels, representing characteristic components of popular culture across the country, in particular looking at the regions and how they assert themselves through their identity.

Key-words: Porto Canal; Regional Communication; Proximity Journalism; Cultural Identity; Social Representations

Índice de Figuras

FIGURA 1- MEDIA E IDENTIDADE CULTURAL: AS DIMENSÕES DO TEMPO E DO ESPAÇO ENTRE ELAS LOCALIZAM AS PRINCIPAIS VARIANTES DA RELAÇÃO	44
FIGURA 2 - EVOLUÇÃO GRÁFICA DO PORTO CANAL.....	54
FIGURA 3- IDENTIDADE VISUAL ATUAL DO PORTO CANAL.....	54
FIGURA 4 - LOGÓTIPOS DA PROGRAMAÇÃO DO PORTO CANAL	54
FIGURA 5- MAPA DA COBERTURA NORTE	57
FIGURA 6 – MAPA DA COBERTURA CENTRO	57
FIGURA 7- VENDAS E HOMENAGENS DO DIA DE TODOS OS SANTOS	90
FIGURA 8 - VENDAS E HOMENAGENS DO DIA DE TODOS OS SANTOS	90
FIGURA 9- DIFERENTES GERAÇÕES DA COMUNIDADE NA VOLTA A PARANHOS L.....	90
FIGURA 10 - DIFERENTES GERAÇÕES DA COMUNIDADE NA VOLTA A PARANHOS L	90
FIGURA 11- 66ª EDIÇÃO DA VOLTA A PARANHOS	91
FIGURA 12 – PASSAGEM DE TESTEMUNHO NO JOGO DO PAU EM CABECEIRAS DE BASTO.....	92
FIGURA 13 – PASSAGEM DE TESTEMUNHO NO JOGO DO PAU EM CABECEIRAS DE BASTO.....	92
FIGURA 14- PASSAGEM DE TESTEMUNHO NO JOGO DO PAU EM CABECEIRAS DE BASTO	92
FIGURA 15 - NOVAS GERAÇÕES NO JOGO DO PAU EM CABECEIRAS DE BASTO.....	93
FIGURA 16- NOVAS GERAÇÕES NO JOGO DO PAU EM CABECEIRAS DE BASTO	93
FIGURA 17 - NOVAS GERAÇÕES NO JOGO DO PAU EM CABECEIRAS DE BASTO.....	93
FIGURA 18- LIVRO DO JOGO DO PAU	94

Índice de Tabelas

TABELA 1 – TIPOS DE TELEVISÕES DE PROXIMIDADE	20
TABELA 2 – TIPOS DE DESCODIFICAÇÃO	40
TABELA 3 – DESCRIÇÃO DAS PEÇAS JORNALÍSTICAS REALIZADAS EM PERÍODO DE ESTÁGIO	71
TABELA 4 – DESCRIÇÃO DA AMOSTRA	82

Introdução

Os *media*, em particular os que praticam a comunicação regional através do jornalismo de proximidade, desempenham um papel fundamental na representação e reconhecimento das identidades culturais. O Porto Canal, uma estação televisiva portuguesa de cariz generalista mas com evidente foco na região Norte do país, serve de exemplo para demonstrar de que modo estes meios de comunicação podem atuar como palco para as representações sociais, evidenciando a sua relevância na promoção da coesão e na valorização do carácter identitário das comunidades, construído através da interação com a cultura e a comunicação.

Tendo por base este princípio, o presente estudo explora o impacto do Porto Canal na comunicação regional, destacando os elementos que reforçam a identidade cultural das coletividades, maioritariamente nortenhas, transmitidos através dos blocos noticiosos da estação. A revisão bibliográfica abrange, numa fase primária, uma contextualização da comunicação local e regional e o jornalismo de proximidade, facultando uma base para compreender a importância destes conceitos na construção de uma narrativa comunitária representativa. Perante esta perspetiva, são também exploradas as televisões locais e regionais, observando em que medida atuam como meios necessários para a democratização da informação, assim como para a representação do real, indo de encontro aos interesses da audiência. São, além disso, analisadas as teorias de identidade e as teorias de comunicação, e de que modo estas se relacionam, salientando num último ponto, o impacto dos media na identidade cultural. Assim, procura-se refletir sobre a influência dos meios de comunicação na percepção das identidades, pelo meio da transmissão das respetivas manifestações de cultura, através do caso do Porto Canal. É, inclusive, feita uma apresentação da respetiva estação televisiva, seguida da descrição da parte prática desenvolvida enquanto jornalista estagirária na mesma, proporcionando uma perspetiva interna da dinâmica e das estratégias aplicadas pelo canal no setor da Informação.

Por conseguinte, a metodologia pretende responder à seguinte pergunta de investigação: "De que forma é que o Porto Canal contribui como fator de coesão de identidade cultural?". Partindo desta questão, procura-se identificar e analisar uma série de conteúdos audiovisuais do Porto Canal que representem manifestações

culturais, verificando se atuam como promotores da coesão cultural nas identidades portuguesas.

1. Revisão de Literatura

1.1. Comunicação Local e Regional e o Jornalismo de Proximidade

O jornalismo de proximidade assume-se como uma extensão da comunicação regional e local, sendo um dos fatores-chave no seu âmbito. Este tipo de jornalismo processa a troca de informações e ideias dentro de uma região específica considerando as particularidades culturais, sociais, económicas e geográficas dessa mesma área, desempenhando assim um papel fundamental na coesão social e na democratização da informação, atuando como uma ponte vital entre a comunidade local e os acontecimentos que a afetam diretamente. Numa primeira instância, é necessário primeiramente entender-se a definição dos conceitos de comunicação “local e regional” que, segundo Lopes (2008, p. 137), não são delimitados por limites de forma linear, uma vez que “vivemos em territórios flutuantes, talvez porque também mudamos permanentemente de espaços”. Através do dicionário da língua portuguesa entende-se que a distinção dos significados no âmbito da comunicação tem a sua complexidade. Local define-se como uma “notícia dada por um jornal, relativa à localidade em que este se publica; narrativa de um acontecimento especial incluída no noticiário de um jornal”. Por sua vez o regional é “referente a uma região, local; típico ou característico de determinada região” (InfoPedia, Porto Editora, 2024). Ora, atendendo às definições, assume-se uma interligação em que ambos se baseiam “em torno de conceitos como território, comunicação e comunidade”. (Valente, 2023, p. 16 *apud* Correia, 2012) Contudo, embora teoricamente sejam análogos, existem diferenças no que respeita à sua “mediação e circulação”. (Franciscato & Góes, 2020) O jornalismo regional “envolve uma área de cobertura inferior à nacional, mas superior ao local” (Valente, 2023, p. 16) e atua em quatro níveis como “microrregião, mesorregião, Estado e macrorregião”. (Franciscato & Góes, 2020 *apud* Sónia Aguiar, 2016, p. 57)

“O primeiro corresponde a um aglomerado de pequenas cidades, enquanto o segundo dá conta de um aglomerado de cidades em torno de uma cidadepolo. O terceiro, por sua via, enfrenta uma unidade da federação, ao passo que, o último engloba uma divisão político-administrativa.” (Valente, 2023, p. 16)

Por sua vez, a escala do jornalismo local também se move dentro de um “determinado recorte geográfico específico” desenvolvido a partir de dois níveis, “o mesolocal e o macrolocal” (Franciscato & Góes, 2020 *apud* Sónia Aguiar, 2016, p. 57), em que “o primeiro integra municípios, cidades e centros urbanos”, e “o segundo incorpora as metrópoles e as regiões metropolitanas.” (Valente, 2023, p. 16) Feitas as distinções, assume-se que os dois conceitos de comunicação regional e local estão intrinsecamente interligados ao jornalismo de proximidade, sendo que ambos se dedicam a refletir e promover a identidade e cultura regional de maneira aprimorada, enquanto atendem às necessidades informativas específicas de uma população geograficamente delimitada. Embora o jornalismo de proximidade não seja exclusivo destes meios, “é neles que assume proporções mais significativas”. (Dias, 2012, p.13) Para López (1998), os meios de comunicação regional e local,

“(…) apresentam-se como o resultado de uma reunião na qual a comunidade em conjunto discute temas do seu interesse. O espectador estará sendo interpelado como cidadão mais do que como consumidor. É aí onde a comunicação local tem de jogar as suas cartas no nível social, político e económico. A pluralidade de vozes, também no âmbito local, é um elemento essencial da democracia”. (Ferreira, 2005, p. 851 *apud* López et al, 1998, p.3)

Através de um processo de recolha mais próximo do público, o jornalismo regional e local concentra-se na produção e disseminação de informações relevantes e contextuais que impactam diretamente as vidas dos cidadãos nas suas respetivas comunidades, tendo, portanto, sempre um foco particular na relevância local, “onde a iminência e o discernimento territorial guiam o discurso” (Valente, 2023, p.13). Este conceito é explorado por Carlos Camponez (2002) que aponta que as especificidades da imprensa regional e local resultam, essencialmente “do seu compromisso com a região e do seu projeto editorial”, e que “é nesse compromisso que frutifica ou fracassa, se diversifica ou homogeneiza a comunicação”. (Carlos Camponez, 2002, p.103)

De acordo com a definição formal que consta no artigo primeiro do Estatuto da Imprensa Regional – Decreto-Lei n.º 106/88 do Diário da República Portuguesa, são consideradas de Imprensa Regional, todas as publicações periódicas de informação geral que respeitem a lei da imprensa e que se destinem de modo predominante,

“(…) Às respetivas comunidades regionais e locais, dediquem, de forma regular, mais de metade da sua superfície redatorial a factos ou assuntos de ordem cultural, social, religiosa, económica e política a elas respeitantes e não estejam

dependentes, diretamente ou por interposta pessoa, de qualquer poder político, inclusive o autárquico.” (Diário da República, Decreto-Lei n.º 106/88, 1998)

O Decreto-Lei, promulgado a 31 de março de 1988, encontra-se ainda em vigor, no qual estão descritas, no segundo artigo, as seis funções específicas da imprensa regional e local em Portugal. Esta encarrega-se de “Promover a informação respeitante às diversas regiões, como parte integrante da informação nacional, nas suas múltiplas facetas”, bem como “Contribuir para o desenvolvimento da cultura e identidade regional através do conhecimento e compreensão do ambiente social, político e económico das regiões e localidades, bem como para a promoção das suas potencialidades de desenvolvimento”. Além disso cabe ainda à imprensa regional, “Assegurar às comunidades regionais e locais o fácil acesso à informação” e “Contribuir para o enriquecimento cultural e informativo das comunidades regionais e locais, bem como para a ocupação dos seus tempos livres” Por último, deve “Proporcionar aos emigrantes portugueses no estrangeiro informação geral sobre as suas comunidades de origem, fortalecendo os laços entre eles e as respetivas localidades e regiões” e ainda “Favorecer uma visão da problemática regional, integrada no todo nacional e internacional.” (Diário da República, Decreto-Lei n.º 106/88, 1998)

Cumprindo as especificidades descritas, a imprensa regional e local tem vindo a afirmar-se progressivamente nos meios de comunicação, representando atualmente uma parte significativa do sistema mediático português. Paralelamente observa-se uma evolução do jornalismo de proximidade que emerge como uma prática especializada que procura transmitir conteúdos de e para uma comunidade específica através de uma investigação mais minuciosa e próxima. Carlos Camponez (2002) desenvolve sobre o conceito referindo que:

“É nesta recriação de territórios, de regiões e de lugares que devemos também procurar a formação da noção de proximidade. (...) Do mesmo modo, o próximo em jornalismo é também a representação que o *medium* faz do seu território e, consequentemente, dos destinatários das suas mensagens. E, nesse sentido, a imprensa local e regional é tanto vocação como intencionalidade”. (Camponez, 2002, p.113)

Um *medium* regional possui um conhecimento mais elevado acerca do público a que se destina em comparação com os restantes jornais de atuação nacional e internacional, “e tem a possibilidade de personalizar os conteúdos para atender as demandas do público com maior precisão”. (Ramos & Grupillo, 2016, p. 35) Esta teoria é também

explorada por Coelho (2005, p.153) que afirma que os meios de comunicação social regionais e locais são assumidamente meios de comunicação social de proximidade, uma vez que “neles pratica-se um jornalismo de proximidade e, no caso da imprensa, das rádios ou das televisões, os conteúdos impressos e emitidos são, também eles, de proximidade”. Kovach e Rosenstiel (2001) no livro *Elementos do Jornalismo* referem que a proximidade geográfica permite aos jornalistas locais terem uma compreensão mais profunda dos contextos e nuances das histórias que acompanham, obtendo assim uma cobertura meticulosa dos acontecimentos específicos, algo que é frequentemente perdido no jornalismo de maior escala, ou seja, dos media que fazem uma cobertura mais ampla e não tão restrita. Camponez (2002) entende que “é um jornalismo que reporta o que o jornalismo massificado não consegue reportar, precisamente devido à generalidade das suas notícias, direcionadas para as grandes massas.”

A “nova sociedade de informação” é a atual consumidora do conteúdo gerado pelos media, e segundo Moragas Spà (1996, p.49), “não é apenas uma sociedade transnacional, mas antes, uma sociedade ao mesmo tempo local e global e que pode ser descrita como simultaneamente transnacional, nacional, regional e local”. Esta surgiu na década 1980, resultante de um processo de globalização, através do avanço tecnológico e digital que permitiu desenvolver os processos comunicativos, gerando inclusive novas fontes de informação. Contudo, a disseminação da informação fez com que houvesse uma repartição no que concerne aos grupos sociais consumidores dos media, que passaram a ser progressivamente mais diversos e a consumir as notícias de acordo com as suas preferências, o que promoveu o desenvolvimento de vários tipos de jornalismo, inclusive do regional e local, assim como de proximidade.

De acordo com Castells, as tecnologias digitais redefiniram as distâncias, embora não tenham anulado a geografia, e criaram “configurações territoriais que emergem de processos simultâneos de concentração, descentralização e conexão espaciais, incessantemente elaborados pela geometria variável dos fluxos de informação global.” (Castells, 2003, p.170) Na sua teoria sobre a *sociedade em rede*, Manuel Castells (1996) enfatiza sobre a importância da comunicação regional no contexto da globalização. O autor sugere que, apesar da globalização e da predominância dos grandes conglomerados mediáticos, a comunicação regional ocupa um espaço significativo, pois atende a necessidades específicas que não são contempladas pelos meios de

comunicação generalistas e globais. Destaca, inclusive, que a comunicação regional pode oferecer uma perspectiva mais próxima e relevante, promovendo o desenvolvimento regional e a coesão social. Como menciona Jerónimo (2018), este tipo de jornalismo possibilita a “formação e socialização da cidadania, a qual considera como fator decisivo a construção de uma sociedade crítica essencial ao desenvolvimento do regional e local”, o que se traduz “no sentimento de pertença a determinada comunidade”. (Melo & Silva, 2016, p.84)

Contudo, perante evolução da globalização, “chegou-se a pressupor o fim da comunicação local”, no entanto constatou-se o contrário, “a revalorização da mesma, a sua emergência ou consolidação em diferentes contextos e sob múltiplas formas”. (Peruzzo, 2005, p.70) Pinto et al (2012, p.169) afirmam que a sociedade em rede permitiu “um cenário de compressão no espaço/tempo e de glocalização, em que enquanto avança a globalização aumenta também o valor social de informação de proximidade”. O conceito de proximidade, “um valor-notícia orientador” e “um dos valores centrais do jornalismo” (Camponez, 2002, p. 35), surge então pela necessidade de facultar informações que sejam, de certa forma, próximas de uma determinada audiência, sendo então o principal objetivo uma criar uma relação com mais interação entre o jornalista e o público a que se direciona. Tal como explica Jerónimo (2018) as notícias mais próximas a nós são as que dão o melhor conteúdo para as conversas “gerando maiores reverberações e criando uma cumplicidade entre imprensa e audiência”.

O que acontece nos media locais e regionais é que “a proximidade assume um significado próprio, marcante da sua especificidade e da sua identidade” (Camponez, 2002, p. 36). No caso, o conceito de proximidade não implica necessariamente um fator de distância entre o jornalista e o público, podendo assumir várias dimensões que ultrapassam a geografia:

“(…) o território de pertença e de identidade, ao qual a informação local parece estar ancorada, pode por si condicionar as formas de expressão de uma comunicação de massa, circunscrevendo os medias locais e regionais a formas de comunicação mediatizadas a uma escala mais restrita e comunitária. No entanto, devemos desde já notar que o território não é necessariamente um limite às audiências”. (Camponez, 202, p.108)

No mesmo fundamento teórico, Perruzzo (2005, p.74) afirma que, no jornalismo, a proximidade pode ser de “base cultural, ideológica, idiomática, de circulação da

informação (...)", assim como de "dimensões como as de familiaridades no campo das identidades histórico-culturais (língua, tradições, religião (...)", ou ainda proximidade de interesses (ideológicos, políticos, de segurança, crenças (...)". Por sua vez, o fator de proximidade é particularmente associado aos órgãos de comunicação que direcionam o seu foco mediático a uma comunidade ou área delimitada geograficamente, ou seja, aos meios de informação locais e regionais. Daí surge a afirmação de que a comunicação regional e o jornalismo de proximidade são conceitos que andam de "mãos-dadas", devido aos métodos e objetivos que partilham em semelhança. A proximidade é assim essencial na informação jornalística, no sentido em que constrói pontos de referência sobre algo que está próximo no espaço e no tempo. Neste segmento, destaca-se o fator geográfico como um aspeto fulcral no campo do jornalismo, cujas origens são fundamentalmente locais, possibilitando uma aproximação entre os meios de comunicação e o público. Assim, a proximidade geográfica é vista como uma espécie de "apêndice" na construção dos conteúdos.

Observa-se que existem duas dimensões de proximidade que se relacionam entre si, sendo elas "a temática e a geográfica". (Valente, 2023, p. 13 *apud* Fontcuberta, 1993, p.45) A primeira dimensão refere-se às comunidades que procuram assuntos de interesse comum, como explorado por Peruzzo (2005). Nesta perspetiva, os indivíduos deste grupo estabelecem, de certa forma, um processo de identificação, relação e pertença com o conteúdo. Por norma esta proximidade ao tema, através de processos de reconhecimento, torna-se mais vincada pela segunda dimensão, referente à proximidade geográfica, tendo em conta a partilha do mesmo meio de coexistência. Posto isto, determina-se que o aspeto geográfico surge como fator determinante na produção noticiosa de proximidade, guiando assim a linha editorial dos meios de comunicação regionais e locais. Verifica-se que,

"A região onde determinado meio se insere, marca todo o funcionamento: desde a escolha das temáticas a abordar, o enfoque que é dado e, consequentemente, a mensagem transmitida. O território aparece em primeiro lugar, e se a notícia se refere a algo que ultrapassa esse espaço, é analisado o impacto local que a mesma poderá ter". (Melo & Silva, 2016, p.86)

1.2. Televisões Locais e Regionais

Apresentados anteriormente os conceitos de local e regional na comunicação, é também importante entendê-los no âmbito do jornalismo televisivo, em que se distinguem através de três pilares distintos, a “área de difusão, propriedade e origem”. (Coelho, 2005 *apud* Francisco Vacas, 1999) No que concerne à área de difusão, as televisões locais fazem a emissão para um município e, por sua vez, as regionais emitem para uma região. No que respeita à propriedade, estas podem ser públicas ou privadas, “embora a tendência histórica europeia aponte para que o nascimento das televisões regionais esteja relacionado com o sector público”. Quanto à origem, as televisões locais, por norma, são criadas na “área a que se destinam”. Por sua vez, as televisões regionais nascem, maioritariamente, “de movimentos de descentralização de grandes canais de televisão nacional”. (Domingues, 2013, p.26)

Embora sejam apoiadas em três dimensões diferentes, tanto as televisões regionais como as locais, enquanto meios de difusão de informação seguem, o objetivo de alcançar uma comunidade específica, através de um “compromisso com a região e com as pessoas que a habitam”. (Camponez, 2002, p.19) Tal como descreve Bazi (2001, p.16), este meio televisivo é aquele que “retransmite o seu sinal a uma determinada região e que tenha a sua programação voltada para ela mesma”, contudo, embora a cobertura noticiosa se insira fundamentalmente em assuntos locais, abrange também, quase em todas as elas, temas globais e nacionais, “por meio da união da programação do regional e nacional”. Em conformidade com este pensamento, Peruzzo (2005, p. 81) refere que é muito comum existir a tendência dos media locais e regionais reproduzirem os grandes media, ou seja a grande-imprensa, “ao imitar o estilo de tratamento da informação ou dedicar amplos espaços para notícias nacionais e internacionais”, isto deve-se, por vezes a “exigência das matrizes, como no caso das redes de televisão, ou então como estratégia operativa.” A partir desta perspetiva, deduz-se que a tendência é para uma globalização de conteúdos e de informação, em que os conceitos global e local se associam, ao seguir uma máxima de “pensar globalmente, atuar localmente”. (Camponez, 2002, p.74)

A televisão regional emerge como um “poderoso mobilizador dos espaços públicos regionais, no robustecimento da cidadania e comunhão na região/local” (Rebelo, 2010),

o que não acontece nos meios de comunicação de grande alcance, como é o caso português da RTP, SIC e TVI, os canais que mais se destacam nos elementos políticos, sociais e económicos. Tal como explica Camponez, “o jornalismo regional e local explora franjas de mercado deixadas livres pelos restantes media”, (Jerónimo, 2017, p. 15 *apud* Camponez, 2002) assim, preenchem um espaço intermédio “entre a comunicação individual e os media nacionais”. (Dias, 2012, p.9) Neste sentido, depreende-se que os meios de comunicação regional promovem a desglobalização, seguindo o pensamento de que é necessário “que alguém vá ao fim da rua já que as televisões convencionais vão ao fim do mundo”. (Melo & Silva, 2016, p.92 *apud* Couto, 2006)

A proximidade, característica do meio televisivo, relaciona-se com a conceção de uma realidade partilhada entre quem transmite e quem recebe a informação, ou seja, o emissor e o recetor. Assim, a televisão de proximidade caracteriza-se por estar ao serviço da comunidade e ser, “a televisão cúmplice do processo de desenvolvimento dessa comunidade, que produz e emite conteúdos de proximidade”. (Coelho, 2005, p.154). Esta proximidade, como já explorado anteriormente, vai muito além da dimensão geográfica. O mesmo se verifica nas televisões regionais que se preocupam em criar uma ligação com a audiência em vários fatores “pela pertença da estação à região, pelo discurso que corresponde às características da sua audiência, pelo investimento do próprio espaço no canal e pela sua autonomia na produção de programas de interesse regional”. (Dias, 2012, p.32) Na mesma linha de pensamento Moragas Spà (1996, p. 42) desenvolve sobre o conceito de TV’s regionais como veículos de informação reservados a determinados objetivos:

“(…) el propio concepto de ‘televisión regional’ se ha utilizado con frecuencia para presentar un modelo de televisión al que se supone reservada la información local y el folklore. Por otra parte, la misma idea de regional se ha unido, en la mayoría de casos, al costumbrismo y a la mera descentralización administrativa.” (Moragas Spà, 1996, p. 42)

No contexto da emergência da globalização na comunicação, assiste-se à revitalização dos media locais e regionais, pressupondo-se que esta é também uma forma de explicitar que os indivíduos requerem o direito à diferença. Entende-se assim que a globalização serviu, “ao mesmo tempo, para que se produzisse um reforço das identidades locais. Talvez tenha sido por medo do seu desaparecimento. Ou então, o risco de se sentirem arrastadas pela corrente mundial, sem umas raízes onde se agarrar”. (Correia, 2012, p. 90)

Segundo Peruzzo (2005, p.66), os indivíduos reconhecem as vantagens que a globalização trouxe, contudo, demonstram a vontade de “ver as coisas do seu lugar, de sua história e de sua cultura expressas nos meios de comunicação ao seu alcance”, desenvolvendo um “sentimento de pertença” (Melo & Silva, 2016, p.9) e identificação. Para Peruzzo (2005, p.67) esta procura pela informação regional, torna-se “um momento ímpar na história a constituir novas modalidades de comunicação que merecem ser compreendidas”. A mesma autora defende que os meios de comunicação de carácter local e regional “têm a possibilidade de mostrar melhor do que qualquer outro, a vida” e isso explica que “as pessoas acompanhem os acontecimentos de forma mais direta, pela vivência ou presença pessoal, o que possibilita o confronto entre os fatos e sua versão mediática de forma mais natural”. (Peruzzo, 2005, p.77)

As televisões cumprem as funções clássicas da comunicação social, sendo elas informar, formar, entreter (...) contudo, tornam-se também espaços comuns e de convívios. De todas as funções associadas aos meios de comunicação, a mais evidente é a função informativa, encarregue de manter o cidadão informado, sendo que a comunicação social de cariz regional e local deve ter como premissa orientadora servir como um veículo de informação e palco de representação, de e para a comunidade a que se destina. Os programas produzidos localmente são, essencialmente “os jornalísticos a partir da realidade e dos acontecimentos locais, mas há também outros géneros de programas, como debates e documentários”. (Peruzzo, 2005, p.72) O telejornal, de carácter informativo, tornou-se no “produto de informação de maior impacto na atualidade”, sendo que é através deste noticiário local que o telespectador se relaciona “com o que está a ver porque a notícia da cidade apresentada efetivamente faz parte da sua vida quotidiana”. (Coutinho & Martins, 2008) Para alcançar o público, o telejornal deve ter em atenção a realidade onde as pessoas estão inseridas, uma vez que são também estas telespectadoras que procuram a representação. Nesta perspetiva e perante uma série de questões às quais, verifica-se que o sistema televisivo local tem o poder de responder a estas ânsias da comunidade se identificar numa narrativa direcionada a ela mesma, através de uma programação restrita.

Aquilo que nos afeta direta ou indiretamente, tende a prender a nossa atenção e alimentar a nossa curiosidade por conhecer, “por dispor de mensagens que nos ofereçam não só informação, senão contexto e possíveis consequências que nos dotem

de conhecimento para entender as dinâmicas da vida diária e para que possamos atuar com critério próprio” (Jerónimo, 2018, p. 119 *apud* Lopes Garcia, 2017). É partir das televisões que se faz uma “construção da realidade” (Jerónimo, 2018) que é transmitida à sociedade da informação, através da imagem e da dimensão social, com “a particularidade de poder produzir aquilo a que os críticos literários chamam o efeito do real, de poder fazer ver e fazer crer no que se faz ver” e além disso de “mostrar aquilo que quer contar”, enquanto “diminui a distância a que determinado acontecimento decorre, elimina fronteiras, e faz-nos viver a situação descrita” (Melo & Silva, 2016, p.91 *apud* Bourdieu, 2005, p.14) Coelho (2007) desenvolve sobre a linha orientadora que deve guiar estas televisões que praticam um jornalismo de proximidade, referindo “os princípios básicos do discurso jornalístico, nomeadamente a obrigação de dar voz a todos os implicados no acontecimento, o que supõe, a integração das opiniões marginais e de conflito”. (Coelho, 2007, p. 58)

A história das televisões regionais na Europa e em Portugal destaca a importância destas emissoras na promoção da diversidade cultural, na cobertura de notícias locais e no fortalecimento das identidades regionais tal como tem vindo a ser desenvolvido até agora. A emergência da televisão regional na Europa foi um processo gradual que se desenvolveu a partir dos anos 1950 e se consolidou nas décadas seguintes, quando os governos começaram a reconhecer a importância de representar as diversidades culturais e linguísticas dentro dos seus territórios, desencadeando assim um “processo de descentralização”. (Verissimo, 2012, p.15) Tal como veio a acontecer mais tarde em Portugal, já num período mais recente, uma vez que não foi um dos países que esteve presente nesta “primeira fase de descentralização da televisão”. (Mota, 2005, p.117) O impulsionamento das televisões regionais portuguesas só se deu na década de 1980, movidas pelos “ventos descentralizadores vindos de outros países europeus”. (Mota, 2005, p.120) Tal como explica o autor, este reconhecimento sobre a importância do processo de descentralização territorial e da autonomia no âmbito regional e local para a democratização da comunicação não foi evidentemente desenvolvido até aos anos 80, nos quais se deu início a “um certo desencantamento com os processos de ‘descentralização central’ e testemunharam o nascimento de modelos de televisão regional novos e totalmente independentes das companhias de televisão do Estado”. (Mota, 2005, p.117 *apud* Moragas Spà & Garitaonandía, 1995) Numa investigação sobre

o sistema televisivo regional na Europa, desenvolvida entre 1991 a 1994 por Moragas Spà e Garitaonandía, coordenadores do grupo EUROTV, (encarregue de mapear as televisões regionais na Europa), os autores destacaram sete tipos de televisões de proximidade, resultando na seguinte tipologia de acordo com a cobertura:

a) televisão de produção delegada na região	Centros regionais responsáveis pela produção de programas para uma emissora nacional, exemplo é o centro de produção da RTP do Porto.
b) televisão descentralizada	Centros regionais que estavam subordinados a uma estação central, produzindo diariamente de 15 a 20 minutos de conteúdo para sua área e contribuindo para a produção do noticiário central. Exemplo disso era a situação dos centros regionais da RTP até serem cessados em 2002.
c) televisão regional autónoma	Um modelo com maior independência da estação central em comparação ao anterior, transmitindo mais conteúdo próprio, como exemplificado pela BBC Escócia.
d) televisão federada	Operadores de televisão independentes que contribuem para o canal nacional sob a sua autoridade, enquanto participam na coordenação e transmitem programação específica para sua região, como é o caso dos canais dos Länder alemães.
e) televisão independente de cobertura regional	Emissoras que produzem e programam por conta própria para a sua região, como os canais autonómicos espanhóis.
f) televisão regional independente de cobertura supra-regional, nacional ou internacional	Caso dos canais que transmitem para comunidades linguísticas.
g) televisão local de influência regional	Emissoras de transmissão terrestre cuja programação atinge uma parte significativa da região onde estão localizadas.

Tabela 1- Tipos de Televisões de Proximidade (Mota, 2005, p. 117 *apud* Moragas Spà & Garitaonandía, 1992)

No continente europeu, o advento das televisões regionais foi simultaneamente,

“(...) causa e consequência de algumas das principais transformações no panorama audiovisual europeu: o fim dos monopólios estatais, a entrada dos operadores privados no sector televisivo e o reconhecimento da democracia da comunicação”. (Mota, 2005, p.117)

Países como a Alemanha, Espanha, Itália, França e Reino Unido foram pioneiros nas emergências destas televisões. A Alemanha, detinha uma maior consciência da democracia local, o que permitiu abrir “portas, não só à criação de televisões regionais a partir de desdobramentos do serviço público, como a novos modelos autónomos de televisão regional” (Veríssimo, 2012, p.7). Logo após a Segunda Guerra Mundial, as regiões alemãs (Länder) eram governadas pelo seu próprio governo regional, e por sua vez, essa divisão influenciou a criação de emissoras públicas de televisão regionais, que se tornaram uma característica distintiva dos media alemães. Exemplos dessas emissoras são a Bayerischer Rundfunk (BR) na Baviera, criada em 1954, a Norddeutscher

Rundfunk (NDR) no norte da Alemanha e a Westdeutscher Rundfunk (WDR) na Renânia do Norte-Vestfália, que formavam anteriormente a NWDR, que começou as transmissões em 1952, dividindo-se posteriormente em duas emissoras com serviços de televisão separadas a partir de 1961. Outro exemplo é a Südwestrundfunk (SWR) no sudoeste da Alemanha, fundada a 1998, é a segunda maior emissora da ARD depois do WDR. Essas emissoras regionais não transmitiam apenas a programação local, mas também contribuíam para a programação nacional da ARD, criada em 1950, o primeiro canal televisivo do país, que agrupa nove canais públicos regionais que cobrem a Alemanha como um todo, embora sejam emissoras locais. *Das Erste* (em português: *o primeiro*) é o principal canal da televisão alemã, sendo este desenvolvido a partir de uma produção conjunta das nove emissoras regionais pertencentes à ARD, que contribuem para a programação do canal tendo em conta a proporção da população da região em que determinada emissora atua.

Na Espanha, a emergência da televisão regional foi marcada por um desenvolvimento significativo durante as décadas de 1980 e 1990. A Lei de Radiodifusão de 1983 abriu caminho para a criação de canais de televisão regionais, conhecidos como autonómicos (que no caso português são a RTP Açores e RTP Madeira). Numa fase inicial, o país não era portador de licenças sendo que os canais regionais não constavam nos planos do que seriam os media espanhóis, contudo, isto não se revelou um problema, sendo que em 1999, a Espanha já possuía por volta de “700 emissoras locais”. (Mota, 2005) Exemplos incluem a TV3 na Catalunha, canal pioneiro na transmissão em “espanhol, o catalão e a língua occitana” (Vigário, 2016, p. 24), e a ETB (Euskal Telebista) no País Basco que transmitia principalmente em basco (euskera) e castelhano nos primeiros anos, sendo desde 1986 emitido integralmente em euskera, contando “só com um bloco informativo original, o Telenorte País Vasco”. (Vigário, 2016, p.24) Ambas iniciaram as suas transmissões em 1983. Esses canais são reconhecidos por transmitir numa “linguagem regional”, que no caso espanhol se divide em quatro línguas principais, o galego, o basco, o catalão e o castelhano, abordando através desta linguagem a diversidade cultural e linguística das várias comunidades autónomas do país. Neste sentido, “cada televisão tinha a sua identidade distinta” (Vigário, 2016, p.22), ideia que é também complementada por Coelho (2005) que menciona esta identidade como “distintiva fortemente marcada e onde a língua era elemento diferenciador”. (Coelho,

2005, p.173) Outros exemplos de televisões regionais espanholas são ainda o TeleMadrid, sendo este o primeiro canal de televisão autonómico da Comunidade de Madrid, e também o Canal Sur, a televisão regional de Andaluzia, ambas lançadas em 1989. Em 2001, na Espanha já eram “897 emissoras locais” (Malainho, 2010), Mota (2005) estima ainda que “o número tenha crescido para mil, dos canais autonómicos aos pequenos emissores”. Em 2003, o Governo espanhol autorizou “a participação das televisões privadas de âmbito nacional nos canais locais e autonómicos”, impondo uma regra que a audiência destas não excedesse o número de oito milhões de pessoas, “algo que tinha proibido apenas um ano antes”. (Mota, 2005) Neste processo, verificou-se que,

“Nas comunidades com uma identidade própria comum muito marcada e diferenciada do resto do país – seja por motivos linguísticos, culturais ou sociológicos – existiu uma maior preocupação com o lançamento de televisões locais, geridas por cidadãos, e encargos de sublinhar as características próprias da comunidade a que se dirigia”. (Veríssimo, 2012, p.9 *apud* Martín, 2008)

Na Itália, a RAI (Radiotelevisione Italiana) começou suas transmissões de televisão nacional em 1954. No entanto, foi só a partir da década de 1970 que a televisão regional começou a ganhar forma, inserida também no contexto de uma maior descentralização, onde cada região tinha a sua própria programação, focada em notícias e eventos locais. Exemplo disso, é a criação da RAI 3, a terceira rede de televisão, em 1974, com um forte enfoque regional. Este canal foi estruturado para incluir blocos de programação regional, permitindo que cada região transmitisse conteúdo local. Em 1982, já seriam cerca de “mil estações em Itália” segundo anunciava Francisco Cádima, sendo que, em 1994, 462 passaram a ser autorizadas. (Malainho, 2010, p.24 *apud* Cádima, 1998, p.229) Outros exemplos de países no contexto da emergência das televisões regionais é também a França, introduzida em 1974 com a criação da FR3 (France Régions 3), parte do grupo France Télévisions, oferecendo uma ampla gama de conteúdos regionais. Em 1975, as primeiras emissoras regionais começaram a operar sob a sustentação da FR3, cada uma responsável por produzir e transmitir conteúdo local que refletisse as características culturais, sociais e económicas das suas respectivas regiões e comunidades. Assim, a FR3 expandiu-se progressivamente de modo a fazer a cobertura de todas as regiões da França, oferecendo blocos de programação regional, especialmente no início da manhã, na hora de almoço e à noite. Esta emissora é agora

conhecida como France 3, renomeação que aconteceu em 1992, reforçando de forma mais vinculada a sua identidade como um canal com forte foco no contexto regional. Este continuou a manter uma programação apoiada nas regiões, contudo, introduziu nos seus blocos mais conteúdo nacional.

Ainda no contexto europeu, torna-se necessário destacar o Reino Unido, como um dos países de elevada importância para o advento da emergência das televisões regionais. Também pioneiro numa primeira fase de descentralização, este foi marcado pela criação de uma estrutura descentralizada que começou na década de 1950 com o advento da Independent Television (ITV), uma alternativa à British Broadcasting Corporation (BBC), fundada a 1922 (que também tem um forte componente regional com canais como BBC Scotland e BBC Wales). Abordando um pouco os seus primeiros passos, a ITV, também conhecida como Channel 3, foi estabelecida, em 1954, pelo Television Act (a lei britânica que permitiu a criação da primeira rede comercial de televisão no país) como uma rede de emissoras regionais comerciais. Cada região do Reino Unido recebeu uma quantia monetária independente, de modo que as emissoras regionais produzissem e transmitissem conteúdo local. A primeira transmissão da ITV foi em setembro de 1955, sendo a região de Londres a primeira a “ir para o ar”. Outros exemplos de regiões representadas nas emissoras foram a Granada Television no noroeste da Inglaterra e a Scottish Television na Escócia. Em 1968, a introdução do ITV Network Planning Committee ajudou a coordenar a programação nacional e regional, garantindo que os interesses locais fossem atendidos enquanto se mantinha uma identidade nacional coesa. Em 1982 a Channel 4, uma espécie de “ITV2” foi lançada como uma editora-emissora pública de televisão, alternativa aos canais existentes da BBC e ITV, com um mandato para oferecer programação inovadora e diversificada aos grupos minoritários, incluindo conteúdos regionais produzidos por empresas independentes. Num período mais próximo, em 2002, a ITV foi reestruturada, consolidando várias franquias regionais em uma única entidade nacional, embora a produção e a transmissão de conteúdos regionais tenham sido mantidas. Em novembro de 2002, um ponto de situação feito sobre os canais locais do Reino Unido concluiu que “apenas 26 televisões das 40 que obtiveram licença desde 1999 continuavam a operar. Catorze encerraram no espaço de três anos e apenas uma entre as 26 resistentes registava lucros.” (Mota, 2005, p. 118) Num estudo mais recente, em 2015, o Reino Unido detinha cerca “39 estações de

televisão regional e 28 estações de televisão local” (Vigário, 2016, p.22 *apud* Kevin, 2015), não se tendo verificado uma grande evolução até à data.

Observemos agora o prisma nacional no que respeita às televisões regionais portuguesas em si. Em Portugal, “tal como na maioria dos países europeus, o serviço público foi responsável pelo lançamento dos primeiros canais regionais” (Mota, 2005, p.117) A televisão emergiu com o advento da RTP (Rádio Televisão Portuguesa), que começou as emissões experimentais em 1956, a 4 de setembro de, em Lisboa, passando mais tarde, a 7 de março de 1957, a ter uma emissão regular a partir da feira popular da capital. Lopes (2012, p.11) numa reflexão aos anos que se somam ao aparecimento do primeiro canal privado português, desenvolve sobre a importância da televisão enquanto um agente de mudança de destaque na medida em que “mudou o país que somos, mudou o panorama audiovisual português, mudou o entretenimento e as indústrias culturais, mudou o jornalismo, mudou a tecnologia, mudou-nos enquanto cidadãos.” A RTP foi também, 20 anos mais tarde, a pioneira no “lançamento das emissões de informação regional” (Veríssimo, 2012, p. 35), através da RTP Madeira e a RTP Açores, que deram “início às suas emissões regulares a 6 de agosto de 1972” e a “10 de agosto de 1975” (Vigário, 2016, p. 25 *apud* Cádima, 2002, p. 127), respetivamente, para atender às necessidades específicas das comunidades insulares da Madeira e dos Açores, oferecendo programação em língua portuguesa com foco em notícias e eventos das respetivas regiões, através, por exemplo, do “Telejornal Madeira e Notícias RTP – Madeira na RTP” e o “Telejornal Açores e Açores 24 na RTP Açores” (Vigário, 2016, p.25). Estes canais abriram as portas para o que seria o advento da emergência da televisão regional portuguesa, que só se tornou uma realidade nas décadas seguintes. Acompanhando uma evolução histórica, verifica-se que na segunda metade da década de 80 e seguido disso, houve um ponto de viragem no sistema mediático português. O início da década de 80 do século XX é marcado pela implementação da transmissão a cores, e é também durante esta década que surgiram várias estações “piratas” privadas com enfoque local e regional, o que provocou um debate acerca da implementação da televisão privada em Portugal, sendo que detinham uma boa audiência nos conteúdos restritos que transmitiam, alguns deles sem direitos legais, o que levou a autoridade a tomar medidas para cessar estas emissoras, que eram “constantemente perseguidas pela fiscalização”. (Mota, 2005, p.120) Paralelamente, desenvolvia-se uma maior

vontade por parte destas em se afirmarem. Começaram então a surgir em Portugal “ecos europeus de necessidade de diversificação da oferta televisiva vindos de países onde predominavam as televisões estatais e onde os gostos se tornavam mais variados.” (Sobral, 2012, p.147) Segundo Mota (2005) podemos distinguir dois momentos no que diz respeito a esforços de descentralização da produção televisiva em Portugal:

“O primeiro, desde os finais dos anos oitenta até ao “chumbo” do referendo sobre a regionalização de 1998, caracterizou-se pela erupção de iniciativas civis, regionalmente bem localizadas e inspiradas numa filosofia de genuína “televisão de proximidade”. O segundo começou com a criação dos canais de vocação regional e difusão nacional através do cabo, como estratégia comercial do operador principal e com a participação da RTP num dos casos. O primeiro momento diluiu-se no desânimo; o segundo fracassou na tentativa de criar uma televisão regional no cabo, cedo abandonado ao desinteresse dos seus pro-motores.” (Mota, 2005, p.120)

Ainda numa fase das televisões piratas, foram algumas regiões que marcaram a ascensão das mesmas. Em 1985, um grupo de civis reivindicava uma televisão regional a Norte de Portugal, surgindo o “Fórum Portucalense”, que pretendia “acabar” com o monopólio da RTP, possibilitando assim a abertura de espaços a outras emissoras, no caso, a TVN, que emitia a partir do Porto. (Malainho, 2010, p.27) Contudo também em outras cidades se verificou este movimento, tais como, “Loures, Sintra, Coimbra, Porto, Braga (RTM), Guimarães (TVR) e Bragança”. (Valente, 2023, p.32) Algumas destas nas décadas de 80, conseguiam “roubar” centenas de espectadores à televisão do estado. Posto isto verifica-se que embora em cenários controversos, existiram sempre tentativas na afirmação destes meios de comunicação, que demonstravam um “impacto significativo nas populações”. (Mota, 2005)

A par de todo este processo que se desenvolveu até chegarmos ao cenário atual, é necessário também refletir sobre a evolução da tecnologia digital no final do século XX que proporcionou, além do acesso mais alargado a novos recursos, também a facilidade da criação e a expansão de canais regionais, através das designadas WebTv’s que, de forma simplificada, é a conversão do conteúdo televisivo adaptado à internet. Resumidamente, estas televisões surgiram como uma espécie de escape às políticas impostas sobre os meios de comunicação. No caso português, a falta de apoio e iniciativa do estado para apoiar os projetos das televisões regionais, foi justificado com a existência de mercado publicitário limitado, e sendo este restrito na época não haveria espaço para mais investimentos. Além disso, havia uma preocupação sobre “os perigos

da proliferação caótica e de erosão da qualidade da programação, como acontecera noutros países europeus, onde se verificou um crescimento rápido e desordenado dos canais locais” (Veríssimo, 2012, p. 36 *apud* Mota, 2005). Coelho (2005) afirma mesmo que a televisão de proximidade nunca se mostrou uma prioridade para o mercado audiovisual português, contudo, à medida que este setor se foi expandido também a reivindicação social das comunidades regionais se fez ouvir, o que permitiu abrir um caminho para a inserção de uma programação focado na região, embora apoiada maioritariamente nos conteúdos nacionais. Ora, até os canais regionais começarem a aparecer na televisão portuguesa, o processo foi longo e dependente de muitas tentativas. Juntando-se às TV’s Piratas, estavam as Web TV’s, que fugiam ao que era a definição de televisão que constava na legislação, uma vez que se tratava de “televisões regionais online”. (Malainho, 2010, p.32) Em 2005 surgiu então este formato, sendo a TVNET pioneira, resultante de “uma emergência tardia das televisões locais hertzianas que nunca tivemos nas nossas regiões ou comunidades locais, em Portugal”. (Valente, 2023, p.34 *apud* Jesus, 2020) Com isto surgiram, alguns exemplos como, a “MinhoActualTV, TVViana, ViseuTV, 36 MaltaTV, ValedoSousaTV, EspinhoTV, OesteTV, PortiTV, TVBeja, AlentejoTV e GuimarãesTV” (Dias, 2012, p.40). Sendo a mais relevante a “LocalVisãoTv” de 2006, que pretendia cobrir os territórios e comunidades que não eram expostos na televisão nacional “por via de um portal onde o internauta era direcionado para os conteúdos da zona pretendida” (Valente, 2023, p.34 *apud* Costa, 2018, p.28). Este projeto de televisão local criou cerca de mais de 300 projetos de TV em cada concelho do país transmitidos pela internet. Estes projetos vieram, de certa forma, ajudar a desbloquear os entraves impostos pelo governo, assumindo-se assim como um método inovador para o debate deste tema, permitindo uma abertura num caminho que está ainda nos dias de hoje a ser construído.

Feita a abordagem ao aparecimento das WebTV’s, retomemos agora à história da televisão portuguesa continuando assim a sequência de linha temporal que estava a ser desenvolvida. Na década de 1990, a liberalização do setor de radiodifusão em Portugal permitiu a entrada de novos operadores no mercado, no caso dois canais de televisão privados, que “se juntaram à equação do mundo televisivo nacional” (Vigário, 2016, p.25) A Sociedade Independente de Comunicação (SIC), “que começou a operar em 6 de outubro de 1992”, e a Televisão Independente (TVI), “que realizou a sua primeira

emissão em 20 de fevereiro de 1993.” (Sobral, 2012, p.147) Este marco assinalou uma mudança no sistema mediático português, e fez com que a televisão adquirisse uma nova dimensão na comunidade do país. Além disso, nos anos 90 do século XX, “a criação de redes de distribuição por cabo abre igualmente espaço para as televisões de âmbito regional” (Jerónimo, 2017, p. 91). As emissões experimentais iniciaram em 1994, o que proporcionou o aumento da oferta de serviços televisivos em Portugal. Esta conjuntura desencadeou então surgimento de várias estações de televisão regionais e locais, embora com recursos e audiência limitados, comparadas às redes nacionais.

Em 1995, foi criada a Lei da Televisão no qual se debatia pela primeira vez a permissão dos canais regionais e locais que não seguissem uma regulamentação, apoiado nesta motivação, surgiu o “Movimento para a Legalização das Televisões Regionais”. (Mota, 2005) Contudo a par deste acontecimento, surgiu também a “Comissão de Reflexão sobre o Futuro da Televisão” que viria a deter as funções de debater acerca do futuro estratégico da RTP, a televisão do estado. (Malainho, 2010, p. 28) Posto isto, em fórum de discussão por parte desta entidade, um dos temas centrais e de maior relevância para o cenário português, foram as televisões regionais e locais, que viriam a ganhar voz no sistema mediático. Então em 1998, “através da lei n.º 31- A/1998, de 14 de julho” a programação da RTP passou por um processo de descentralização, por via das delegações regionais, “distribuídas por várias cidades como Faro, Évora, Castelo Branco, Coimbra e Bragança”. (Valente, 2023, p.33 *apud* Costa, 2018, p.21) No dia 8 de novembro desse ano, houve uma votação há cerca de um referendo sobre a regionalização, afirmando-se mais uma vez a vontade da criação destas televisões, no entanto foi reprovado, adiando-se mais uma vez este processo, que já viria a ter várias tentativas como por exemplo a TV Oeiras, um projeto que nasceu em 1997 em Lisboa, mas que nunca chegou a ser emitido.

Mais tarde, além das emissoras públicas da RTP, surgiram várias pequenas estações de televisão fora do âmbito televisivo do estado que atendiam áreas específicas, desenvolvem-se através da TV por cabo. Exemplos incluem o Canal de Notícias de Lisboa (CNL) da Lisboa TV, que começou as emissões em 1999, tendo sido adquirido pela SIC e pela Norte TV (NTV) que começou a emitir em 2001. (Almeida, 2013, p.35) Através desta aquisição surgiu “o primeiro canal especializado em informação em Portugal, a SIC Notícias, que começaria a emitir no início de 2001, a 8 de janeiro”. (Malainho, 2010,

p.29) Até 2006, ano em que surgiu o Porto Canal, sucessor do projeto NTV, e a Invicta TV, as televisões regionais estagnaram, até que em 2007, já com as licenças regulamentadas, “iniciaram-se as emissões da RNTV (Região Norte TV), antecessora direta da atual RTV (Regiões TV)”. (Malainho, 2010, p.30)

Todos os projetos originários da televisão por cabo proporcionaram uma nova etapa na construção do jornalismo de proximidade em televisão. Também a inserção da Televisão Digital Terrestre (TDT) em 2012 se tornou um ponto de partida,

“(…) para muitos operadores de TV local, deixando para trás condições de transmissão precárias e um contexto de ilegalidade, mas significou também o fim para outros, incapazes de corresponder às exigências do mercado.” (Veríssimo, 2012, p.14)

Atualmente, de acordo com o Observatório Europeu do Audiovisual (2012), em Portugal existem dois canais “regionais/locais” públicos (RTP Açores e RTP Madeira), e o canal regional privado do Porto Canal, uma vez que o Regiões TV cessou as emissões em 2020. (Veríssimo, 2012, p.36). No que respeita à RTP Açores e a RTP Madeira verifica-se que,

“Os programas de Serviço Público de Média dirigidos às regiões autónomas dos Açores e da Madeira refletem, cada um, as realidades sociais, culturais, económicas e políticas destas regiões, com cobertura informativa exigente, certificada, independente, plural e equilibrada do que de relevante acontece em cada uma das ilhas e comunidades, designadamente as da diáspora. Tem programação própria que integra as idiosincrasias das regiões. Valoriza a qualidade e a criação diversificada em cada território ou comunidade”. (Livro Branco do Serviço Público de Média, 2023, p. 186)

O Porto Canal, enquanto canal regional privado, assume-se como a entidade principal da presente investigação. Esta estação “apresentou no início uma emissão dedicada em exclusivo ao grande Porto, mas o seu perfil foi sendo alterado para abranger outras zonas territoriais do centro e norte de Portugal” (Jerónimo, 2017, p. 91), com o intuito de responder a alguns anseios de interesses locais e também de expor as características singulares da região.

Como já explorado anteriormente as televisões regionais abrangem as tradições, costumes e língua da comunidade que cobrem e, seguindo esta linha de pensamento, Rebelo e Lindemann (2017) em Porto, Literacia e Identidade Local introduziram o conceito de “*português*” como forma de descrever o modo de falar da região do Porto e de que forma este é introduzido no Porto Canal. Enquanto representante da comunidade, no Porto Canal “a afetação ao Porto e a vinculação ao “português” são destacáveis no conjunto da programação vista, e isso acaba por ajudar a construir um

projeto mais genuíno, “tripeiro” e dinâmico dando visibilidade aos temas associados “à cidade e vizinhança”. (Rebello & Lindemann, 2017, p. 150-151) Complementando esta ideia, os autores afirmam ainda que o Porto Canal:

“(…) cumpre a importante função de partilha e comunhão com a cidade e suas vicissitudes, que bem dirigidas podem estimular o sentido de participação mobilizadora da cidadania e o uso dos meios locais para desenvolver a literacia da e sobre a cidade” (Rebello e Lindemann, 2017, p. 150-151)

Mais à frente na investigação, no capítulo “Porto Canal: História, Identidade e Atualidade” será abordada de forma mais pormenorizada esta estação, que é até aos dias de hoje, uma forte representação da programação regional na televisão portuguesa.

Em suma deste capítulo referente à história das televisões regionais e locais, torna-se necessário destacar que estes “serviços de televisão foram desenvolvidos com base em modelos de serviço públicos nacionais que davam alguma prioridade à promoção e proteção da identidade cultural nacional”. (Mcquail, 2003, p.236) Estes canais regionais procuraram assim “ocupar um espaço de informação televisiva que, aparentemente, se encontrava por explorar em Portugal”, apesar das estações televisivas de cariz generalista terem também na sua programação conteúdos informativos “voltados para as regiões e disporem de correspondentes e delegações nos diferentes distritos”. (Jerónimo, 2017, p. 87) Através deste processo de priorização do conteúdo de proximidade, as televisões regionais e locais tornaram-se espaços públicos, ligados pelas identidades às quais pretendem dar voz, e dessa forma afirmar de forma reforçada os sentimentos de pertença, destacando também as identidades culturais às quais se destinam através da sua programação. Coelho (2005, p. 204) afirma que a televisão de proximidade se transformou num elo entre os elementos de determinada comunidade e que desta forma atua enquanto montra dessa mesma comunidade “para dentro e para fora das suas fronteiras”. Além disso mostra-se um forte instrumento de fortalecimento da identidade “enquanto potenciador da atividade económica local” e “enquanto palco da discussão e debate dos problemas que afetam o território”. Neste prisma visam encontrar soluções que potenciem o seu desenvolvimento, tornando-se assim um dos motores de progresso. Assim, estes meios de comunicação desenvolvem uma relação com a comunidade que representam, tornando-se num dos elementos-chave na sua

afirmação e valorização, com o propósito do “reforço da identidade regional e o desenvolvimento da própria região”. (Coelho, 2005, p.153)

1.3. Teorias de Identidade e Teorias de Comunicação

No livro *Teorias de Comunicação em Massas*, Denis Mcquail refere que “um tema recorrente do debate e da investigação sobre a globalização dos media diz respeito à identidade cultural.” (Mcquail, 2003, p. 238) Na mesma linha de pensamento, Stuart Hall (1992, p.80) na obra *A identidade cultural na pós-modernidade* afirma que “em certa medida, o que está a ser discutido é a tensão entre o –global- e o –local- na transformação das identidades.” McQuail debate sobre “a vasta questão da identidade social e cultural: quem somos, o que somos e como somos diferentes uns dos outros”, como uma das questões que está no centro das investigações sobre “a construção do significado pelos media”. Neste prisma os meios de comunicação,

“(…) refletem e reforçam muitos marcadores convencionais e sistemas de fronteira em relação ao gênero, classe, etnia, religião, nacionalidade, subculturas (...) Também contribuem muito para tornar mais frágeis as fronteiras mantidas por circunstâncias ou por outras instituições. As mensagens dos media podem ser também minadas por alternativas e por apoios a definições de identidade por si mesmos escolhidas.” (McQuail, 2003, p.492)

Assim, assume-se desde logo que os sistemas culturais e mediáticos atuam como elementos que redefinem as identidades sociais. A identidade individual pode, analiticamente, ser apreendida pelas suas dimensões “pessoal, social e coletiva”. (Naujorks, 2021, p.267) Schlesinger (1987) numa definição ao conceito de “identidade cultural”, começa por sugerir uma abordagem do que se trata a “identidade coletiva”. Segundo o autor, uma identidade coletiva perdura no tempo e resiste às mudanças, “embora a sua sobrevivência exija também ser conscientemente expressa, reforçada e transmitida.” Devido a este motivo, é necessário ter acesso e auxílio de meios de comunicação relevantes. Para o autor, a identidade coletiva pode determinar aquilo que chamamos de identidade cultural:

“O conceito pode aplicar-se bem àquilo a que chamamos identidades culturais no debate sobre transnacionalização, uma vez que se assume existir um conjunto de pessoas partilhando certas características culturais significativas de etnicidade, língua, modo de vida, etc., e partilhando também o mesmo lugar e o mesmo tempo.” (McQuail, 2003, p.239 *apud* Schlesinger, 1987)

No mesmo pensamento, Castells (2018, p. 54) refere que se entende por identidade “a fonte de significado e experiência de um povo”. Partindo deste princípio, numa primeira

abordagem geral, podemos considerar a identidade cultural, associada à identidade coletiva, como um conceito multifacetado que abrange um conjunto de elementos culturais que caracterizam um grupo específico de pessoas. Assim, entende-se que a identidade coletiva advém, essencialmente, das especificidades que o sujeito estabelece em relação aos outros grupos e pessoas “com base nos sentimentos e percepções de pertencimento a uma categoria ou grupo social específico”. (Naujorks, 2021, p.277) Assim sendo, a identidade coletiva destaca-se precisamente pela existência “de um quadro interpretativo em relação ao qual o indivíduo poderá convergir ou se alinhar”. (Naujorks, 2021, p.278 *apud* Hunt, & Benford, 2004).

Esta identidade é então formada e mantida através de um processo dinâmico de interação social, onde os indivíduos e as comunidades constroem evolutivamente um sentido de pertença e coesão. O conceito de identidade, como descreve Stuart Hall (2006, p.38), “é realmente algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência no momento do nascimento. Existe sempre algo 'imaginário ou fantasiado sobre a sua unidade”. Ela permanece sempre incompleta, está sempre "em processo", sempre a ser construída. Na mesma obra A identidade cultural na pós-modernidade Hall (1992) menciona que a identidade, numa concepção sociológica,

“Preenche o espaço entre o "interior" e o "exterior"- entre o mundo pessoal e o mundo público. O fato de que projetamos a "nós próprios" nessas identidades culturais, ao mesmo tempo que internalizamos seus significados e valores, tornando-os parte de nós, contribui para alinhar nossos sentimentos subjetivos com os lugares objetivos que ocupamos no mundo social e cultural”. (Hall, 2006, p. 11)

Assim, a identidade interliga o indivíduo à estrutura e cria uma estabilidade para as comunidades, assim como para os mundos culturais em que elas se inserem e habitam, “tornando ambos reciprocamente mais unificados e predizíveis.” (Hall, 2006, p.12) Ao mesmo tempo que os sujeitos constroem a estrutura social, eles também são constituídos por elas. Assim, a identidade provém, essencialmente, “dos processos de interação que se dão em um contexto social estruturado”. (Naujorks, 2021, p.276) Este processo é, simultaneamente, “individual e social, e acontece tendo como referência valores, concepções e formas de agir e pensar disponibilizados pela cultura”. (Naujorks, 2021, p.268 *apud* Burke, & Stets, 2009)

Verifica-se que a cultura se encontra diversas vezes identificada na construção das teorias da identidade, desde modo torna-se necessário abordar este conceito e de que forma este se insere no campo da comunicação, de modo a conseguir chegar a uma definição aprimorada do que é então ao certo a identidade cultural. Partimos do princípio de que este é um conceito multifacetado, na medida em que abrange um conjunto de elementos. Ao longo dos anos a cultura tem sido objeto de estudo em algumas investigações, tendo por isso, sido desenvolvidas várias concepções acerca do termo, afirmando a sua complexidade. Na obra *Teorias da Cultura*, Pires (2004, p.39) afirma que o conceito foi sofrendo uma “evolução conceptual”, contudo, numa abordagem geral, pode assumir-se que a cultura se refere:

“(...) aos componentes simbólicos e apreendidos do comportamento humano, tais como, a língua, a religião, os hábitos de vida, e as convenções. Sendo o oposto do instinto, é muitas vezes considerada como aquilo que distingue o homem do animal. No âmbito desta perspetiva, cultura, que apenas o homem possui, corresponde ao desenvolvimento intelectual e a um refinamento de atitudes.” (Pires, 2004, p. 35)

Ainda em *Teorias da Cultura*, Maria Laura Bettencout Pires (2004) refere que é importante distinguirmos 3 características que são essenciais na definição de cultura, sendo esta sempre “simbólica”, “aprendida” e “partilhada”. *Simbólica* na medida em que “possibilita o desenvolvimento de pensamentos complexos através de formas de comunicação simbólica como a arte”. Por outro lado, é também *aprendida* “através de um processo de enculturação que determina que o individuo é sujeito a um processo de aprendizagem contínuo, podendo assimilar outras culturas ao longo da vida”. E por fim, é *partilhada*, ou seja, “passa de geração para geração, resistindo ao tempo, através da partilha e preservação de conhecimentos.” (Pires, 2004, p. 39)

Thompson (2005) em *Estudos Culturais e Educação no Mundo Contemporâneo* refere que as investigações modernas sobre a cultura convergem entre as abordagens “culturalista e estruturalista”. Na perspetiva estruturalista, a cultura atua como “uma espécie de máquina ideológica que, quase sem esforço, reproduz a ideologia dominante da sociedade.” Por sua vez, a visão culturalista determina que “o individuo é concebido como alguém dotado de competências culturais que o tornam capaz de desconstruir e resistir à ideologia dominante de uma sociedade.” (Thompson, 2005, p.23) Posto isto, a confluência entre estas duas abordagens, permite ter uma visão mais global para a análise, “a qual mapeia as principais dimensões dos processos culturais nos termos de

um circuito de cultura que compreende: produção, consumo, representação, formação de identidade e regulação”. (Thompson, 2005, p. 24) Verifica-se que cada etapa presente neste processo se torna essencial na criação de significados, e que através da interligação das mesmas, se desenvolve a cultura, que apenas existe através da relação entre todo este ciclo. É também neste processo que podemos inserir os media enquanto representantes da cultura, associados às formas de produção e à representação e difusão cultural em si, de modo a garantir uma percepção real da “formação de identidade” e da “regulação”. (Thompson, 2005, p. 24) Como afirma Coelho (2005, p.153) “só a comunicação permite a sobrevivência e progressão de uma região”, uma vez que, para Ribeiro (2005, p.54), a identidade regional precisa de “mecanismos de produção simbólica que contemplem o reforço do sentimento de pertença”. É nesta medida que são criados os “meios de comunicação social próprios” (Coelho, 2005, p. 153) capazes de funcionar como “veículos da cultura”.

Ora, juntando toda esta teoria do que é a identidade e a cultura, avancemos para o que diz respeito à definição e conceito de identidade cultural. Esta pode ser por fim entendida como o conjunto de características que permitem a um grupo de pessoas distinguir-se dos restantes grupos. Esses elementos incluem, por exemplo, a língua, as práticas religiosas, as tradições, culturais e culinárias, os rituais, os costumes, festividades, as artes, etc... É através da partilha e transmissão dessas características que um grupo mantém a sua coesão e continuidade ao longo do tempo, sendo assim distinguido pelas suas características particulares no meio de um todo. Para Stuart Hall (2006, p.47), no mundo contemporâneo, as culturas nacionais em que nascemos são uma das principais fontes de identidade cultural, contendo as culturas regionais e locais estão já a afirmar-se neste cenário como elementos de forte carácter representativo cultural, permitindo assim ter várias identidades dentro daquela que é a identidade nacional.

“As identidades permanecem fortes, especialmente com respeito a coisas como direitos legais e de cidadania, mas as identidades locais, regionais e comunitárias têm se tornado cada vez mais importantes. Colocadas acima do nível da cultura nacional, as identificações -globais- começam a deslocar e algumas vezes, a apagar, as identidades nacionais.” (Stuart Hall, 2006, p.78)

No que respeita à identidade nacional, a primeira representação da comunidade em que nos inserimos e que nos distingue perante outros países, Stuart Hall (2006, p.58)

considera que devemos ter em mente três conceitos, ressonantes daquilo que constitui a cultura de um país como uma "comunidade imaginada": "As memórias do passado; o desejo por viver em conjunto e a perpetuação da herança". Isto remete-nos para o que chamamos de *nação*, que segundo Timothy Brennan (1990) se refere "tanto ao moderno estado-nação quanto a algo mais antigo e nebuloso - a natio-uma comunidade local, um domicílio, uma condição de pertencimento" (Stuart Hall, 2006, p. 58 *apud* Brennan, 1990, p. 45). Depreende-se então que a *nação* "não é apenas uma entidade política, mas algo que produz sentidos: um sistema de representação cultural." (Hall, 2006, p.49)

Em concordância com este pensamento, Coelho (2005) refere que a identidade cultural é sempre construída através de uma série de elementos que vão sendo apreendidos pela convivência e o local na qual uma comunidade se insere, juntando elementos de herança nacional com aqueles que vão sendo apreendidos na proximidade, através do espaço geográfico e do quotidiano em que um individuo se integra. Esta identidade cultural vai sendo desenvolvida, na medida em que se assume como uma identidade regional, tornando-se assim "o motor da região". No caso, a região representa sobretudo uma relação entre pessoas, mostrando-se como um espaço de identificação e de construção social. Assim, "as regiões com forte grau de identidade esforçam-se por preservar e reforçar o conjunto de elementos que as distingue das demais." (Coelho, 2005, p.153) Este processo na construção da identidade cultural é alimentado:

"(...) pela história, pela memória coletiva, pela tradição, pela geografia, pela religião. Havendo coerência e uma certa continuidade na aquisição dessa matéria-prima, forma-se essa identidade comum aos sujeitos que a construíram. Depois de construí-la, é preciso mantê-la e renová-la." (Coelho, 2005, p. 135)

É precisamente neste último processo de mantimento e renovação que entram os media, interligando assim a identidade e a comunicação. Como tem vindo a ser abordado até agora, verifica-se que a comunicação desempenha um papel crucial nesse processo através essencialmente dos canais locais e regionais, uma vez que "a identidade e coesão foram em grande medida definidas em termos geográficos". (McQuail, 2003, p.127) Estes meios de comunicação servem como um canal através do qual as narrativas culturais são transmitidas, reforçadas e, por vezes, transformadas. Neste contexto, a televisão, em específico, assume-se como o meio mais eficiente para esta missão perante a diversidade dos meios comunicação que existem, uma vez que possui um grande alcance e influência junto das populações, sendo por isso, o maior

agente mais poderoso ao nível das representações sociais. A televisão permite à audiência acompanhar mesmo à distância, tendo, tal como os restantes meios de comunicação, uma função social e cultural. McQuail (2003) apoiando-se noutros autores, em abordagem sobre a função da integração social dos media, afirma que os meios de comunicação das comunidades locais:

“(...) têm sido consistentemente descritos, depois do trabalho de Janowitz (1952), como ajudando a promover a identidade e organização social dentro do anonimato das grandes sociedades urbanas (Stamm, 1985). Apoiam geralmente valores da comunidade e a manutenção de uma ordem local (Jackson, 1971; Cox e Morgan, 1973; Murphy, 1976). Estas tendências são geralmente atribuídas a um desejo de agradar às suas audiências potenciais, ou pelo menos de não as ofender.” (McQuail, 2003, p.83)

Recorrendo novamente à investigação de Stuart Hall (1992), é possível dizer que a formação da identidade cultural é um processo contínuo e dinâmico que envolve tanto a preservação de elementos tradicionais quanto a adaptação a novas influências. Este processo é então mediado pela comunicação, que facilita a disseminação e a negociação de significados culturais, tal como explora McQuail (2003) os media tendem a apoiar os valores não só da sociedade como um todo, mas também de segmentos dentro dela, definidos de maneiras diferentes. Posto isto, destaca-se o impacto significativo dos meios de comunicação na maneira como as identidades culturais são moldadas, apresentando narrativas que podem tanto reforçar como desafiar as perceções culturais estabelecidas. McQuail defende inclusive que “os media servem em grande medida para constituir as nossas perceções e definições da realidade social e de normalidade para os fins de uma vida pública, social, e são unia fonte-chave de padrões, modelos e normas.” (Mcquail, 2003, p.67)

Para entender melhor o papel da comunicação na construção e preservação da identidade cultural e de que forma os dois campos se relacionam, podem ser consideradas várias teorias. Entre elas, destacam-se a *Teoria da Identidade Social* (Henri Tajfel), a *Teoria da Representação Cultural* (Stuart Hall), e a *Teoria da Comunicação Cultural* (James W. Carey).

A *Teoria da Identidade Social*, formulada por Henri Tajfel (1972, 1981) sugere que a identidade de uma pessoa é definida em parte pela pertença a grupos sociais, ou seja, por meio da identidade coletiva que origina assim o que entendemos por identidade cultural, conceitos já explorados anteriormente. O autor desenvolveu esta teoria a partir

das suas investigações de percepção visual, interpretando assim a identidade psicossocial como a sensação de pertença e identificação a um grupo e, por sua vez, a exclusão de outro. Esta teoria sugere que a cognição, a nossa função psicológica na aquisição de conhecimento, tende a categorizar ou agrupar uma série de objetos, eventos e pessoas com base nas suas semelhanças físicas, psicológicas, comportamentais ou de outro tipo. Assim, a percepção social envolve o processo de categorização, onde pessoas com determinadas características são agrupadas, diferenciando-se das restantes que não possuem as mesmas particularidades. Os primeiros sujeitos com um sentido de identificação formam um grupo, enquanto os outros constituem um diferente grupo, o que leva à distinção, oposição e, por vezes, vezes, conflito entre eles. O grupo no qual nos inserimos é chamado de *ingroup* (intragrupo, endogrupo), enquanto o grupo ao qual não pertencemos é designado de *outgroup* (extragrupo, exogrupo). (Paiva, 2007, p.79)

Para Tajfel (1972) a identidade social de um indivíduo está associada ao conhecimento da sua integração a determinados grupos sociais e ao significado emocional e valorativo resultante dessa pertença. Uma curiosidade particular no processo da categorização é observar que os membros do *outgroup* são entendidos como mais homogêneos, ou seja, similares, enquanto os do *ingroup* são vistos como heterogêneos, mais diversos. A pertença e identificação a um grupo podem ser fruto da escolha individual, imposição externa ou mero acontecimento. O fator crucial nesta teoria da identidade social é a sensação de pertença em si. A motivação relacionada à autoestima é fundamental para este processo de identificação, uma vez que esta inicia, mantém, modifica ou termina o processo de adesão ao grupo. (Paiva, 2007, p.79)

A comunicação desempenha um papel crucial nesta teoria, uma vez que tem a capacidade de moldar a percepção social, que influencia também na construção da identidade psicossocial. O jornalismo, além de informativo desempenha um papel crucial na criação, manutenção e transformação dos estereótipos sociais, especialmente aqueles relacionados a grupos étnicos. Tajfel (1972) na sua teoria refere que, embora à partida se assuma como algo negativo, o estereótipo tem funções cognitivas e sociais relevantes, tais como:

“Ajudar o indivíduo a organizar e simplificar a informação social, ou seja, ajudar na estruturação cognitiva do seu meio; servir como guia para a ação em circunstâncias apropriadas; proteger o sistema de valores do indivíduo; justificar as ações cometidas ou previstas contra determinado grupo; proporcionar uma diferenciação

positiva do grupo de pertença, o que contribui para uma identidade social positiva e para o aumento da autoestima.” (Cabecinhas, 2002, p.3 e 4 *apud* Tajfel, 1972)

Assim, os meios de comunicação, como transmissores da realidade possuem uma forte influência perante a audiência no modo em como a representam, podendo ou não, promover estereótipos. A comunicação torna-se um fator-chave no âmbito da categorização social, que pode ser entendida como “um sistema de orientação que ajuda a criar e a definir o lugar do indivíduo na sociedade” (Fernandes & Pereira, 2018, p. 35 *apud* Tajfel, 1981, p. 291) Seguindo uma abordagem ética e responsável, a comunicação pode ajudar a construir pontes entre diferentes segmentos da sociedade, promovendo a coesão social. De outro modo, uma comunicação tendenciosa ou sensacionalista pode intensificar a percepção de homogeneidade nos *outgroups* e a heterogeneidade nos *ingroups*, agravando as tensões sociais.

Perante esta problemática, Stuart Hall, um dos maiores contributos para os Estudos Culturais e dos Media, explora na *Teoria da Representação Cultural*, apoiado na semiótica, o modo como as identidades culturais são construídas, moldadas e representadas através da comunicação, sendo que para o autor “a linguagem é um dos ‘meios’ através do qual pensamentos, ideias e sentimentos são representados numa cultura” (2016, p.1), por sua vez, “a cultura é colocada como o local de criação e troca de significados dentro de um grupo ou sociedade, além de estar relacionada a sentimentos, conceitos, ideias e o senso de pertencimento.” (Oliveira, 2017, p. 404 *apud* Hall, 1997). O papel da representação e a sua ligação com a linguagem é de fácil compreensão, nesta relação “as línguas operam por sistemas de representações e é a representação que liga o sentido e a linguagem à cultura.” (*ibidem*, p.405)

Segundo Hall, a maneira como os media representam os grupos culturais pode influenciar significativamente a percepção que esses grupos têm de si mesmos e como são vistos por outros, influenciando assim também a construção da percepção da identidade cultural. Para o autor, a identidade cultural pode ser pensada, pelo menos, de duas formas diferentes, tal como explora no ensaio *Identidade Cultural e Diáspora* de 1996.

“O primeiro posicionamento define “identidade cultural” em termos de uma cultura indivisa, mas partilhada, uma espécie de “verdadeiro modo de ser” coletivo, oculto no seio de muitos outros “modos de ser” mais superficiais ou impostos de forma artificial, que as pessoas com uma história e ancestralidade em comum partilhariam. (...) Este segundo posicionamento reconhece que, a par dos muitos momentos de

semelhança, existem pontos críticos de profunda e significativa diferença que constituem "aquilo que somos realmente"; ou melhor - visto que a história interveio no processo -, "aquilo em que nos tornámos" (...) Nesta segunda acepção, identidade cultural é um "tornar-se" e não apenas um "ser". Pertence tanto ao futuro como ao passado." (Hall, 1996, p.22 e 24)

As representações através das várias formas da linguagem, que atua como “um repositório de valores e significados” (Oliveira, 2017, p. 404 *apud* Hall, 1997), podem contribuir para o desenvolvimento das identidades e reforçar os estereótipos, como abordado também por Henri Tajfel, ou, alternativamente, desconstruir imagens preconcebidas. Para o autor as representações culturais não são simples reflexos da realidade, mas construções complexas que refletem e moldam as relações de poder e as hierarquias sociais. Assim, “as representações têm sérias implicações sobre as identidades, pois as mesmas têm a ver como temos sido representados e como essa representação afeta a forma como nós podemos representar, surgindo das próprias narrativas do eu”. (Moraes, 2019, p.170 *apud* Hall, 2000, p.109) O autor desenvolve três teorias que discutem a representação: a reflexiva, a intencional e a construcionista.

“Na teoria reflexiva, a linguagem funciona como espelho que reflete o verdadeiro significado já existente no mundo; na intencional, aquele que fala impõe o significado através da linguagem; e, na teoria construcionista, a linguagem é tomada como um produto social, no qual os significados são construídos através dos sistemas de representação. É nessa terceira visão que o autor encontra um melhor ajuste à sua concepção da representação.” (Moraes, 2019, p. 169 *apud* Hall, 2002, p. 9-10)

No seu livro *Representações culturais e Práticas de Significação*, Hall analisa precisamente a maneira como as diferenças raciais e étnicas têm sido codificadas dentro da representação popular, abordando os casos específicos das comunidades negras, que ao contrário do que acontecia na década de 1980, estão agora presentes na mídia popular e em uma variedade de categorias da vida cultural. Através destes exemplos, Hall conclui que “a característica mais marcante da representação da diferença “racial” na *mídia* tem sido o aumento de volume, do intervalo e da normalização da representação racializada.” (Hall, 2016, p.224)

A partir desta teoria, Hall sugere então que os mídia são ativos na produção de significados culturais, ao invés de meramente transmiti-los de forma neutra. Esses significados são codificados pelos produtores de informação, que escolhem como apresentar certos grupos e questões, e são então decodificados pelos consumidores dos mídia, que interpretam essas representações de acordo com seus próprios contextos e

experiências. Nesta perspectiva, Hall (1980) assume que “produzir sentido depende da prática da interpretação, e esta é ativamente sustentada por nós ao usarmos o código: codificando, colocando coisas nele. E pela pessoa do outro lado, que interpreta e decodifica o sentido”. Torna-se assim central para a teoria de Hall o conceito de codificação e decodificação, desenvolvido no artigo *Codificação e Decodificação no Discurso Televisivo*, publicado em 1973 para o Colóquio do Conselho da Europa sobre o "Treinamento em Leituras Críticas da Linguagem Televisiva". Os mesmos conceitos foram também desenvolvidos pelo autor em 1980 na obra *Cultura, Media e Linguagem*. Neste modelo, o sociólogo propõe então que a codificação é o processo pelo qual as mensagens são construídas pelos produtores de informação, que selecionam certos temas, imagens, narrativas e discursos para transmitir uma mensagem específica. Essas escolhas são influenciadas por diversos fatores, incluindo, por exemplo, ideologias dominantes, interesses comerciais e normas culturais. Segundo Hall (1997),

“(...) a ação social é significativa tanto para aqueles que a praticam quanto para os que a observam: não em si mesma, mas em razão dos muitos e variados sistemas de significado que os seres humanos utilizam para definir o que significam as coisas e para codificar, organizar e regular sua conduta uns em relação aos outros”. (Moraes, 2019, p. 118 *apud* Hall, 1997, p. 16).

Por sua vez, a decodificação, atribuída também à Teoria da Recepção, refere-se ao processo através do qual os recetores de informação interpretam e atribuem significado a essas mensagens codificadas, ou seja, o texto que é produzido é diferente do texto recebido dependendo da forma que é lido. Assim, Para Hall (1997),

“O sentido das coisas é o que nos permite ter noção de nossa própria identidade, e que este sentido é continuamente reelaborado de acordo com o período em que vivemos, as experiências que temos e pela interação social. É a elaboração destes sentidos que irão regular nossas práticas e condutas na sociedade a qual pertencemos.” (Oliveira, 2017, p. 405 *apud* Hall, 1997)

Nesta linha de pensamento, o sociólogo identifica três posições principais de decodificação que um espectador pode tomar ao decodificar uma mensagem na televisão, o meio de comunicação com maior alcance e influência.

Dominante ou Preferencial	“Uma posição dominante ou preferencial, quando o sentido da mensagem é decodificado segundo as referências da sua construção.” (Costa, 2012, p. 113 apud Hall, 2003) Na perspectiva televisiva, os espectadores aceitam e reproduzem os significados pretendidos pelos media, partilhando as mesmas interpretações e ideologias predominantes.
Negociação	Ocorre “quando o sentido da mensagem entra em negociação com as condições particulares dos recetores”. (Costa, 2012, p. 113 apud Hall, 2003) No caso, os espectadores reconhecem as intenções dos produtores de informação, mas interpretam as mensagens de uma forma que reflete as suas próprias experiências e perspectivas. Assim, negociam ativamente o significado das representações culturais. Para Hall (2003), as leituras negociadas são presumivelmente o que grande parte das pessoas faz no dia-a-dia.
Contra-hegemonia ou Oposição	“Quando o recetor entende a proposta dominante da mensagem, mas a interpreta segundo uma estrutura de referência alternativa.” (Costa, 2012, p. 113 apud Hall, 2003) Assim, os espectadores rejeitam os significados dominantes propostos pelos meios de comunicação e reinterpretam as mensagens de uma maneira que desafia as normas e ideologias predominantes. A audiência adota uma posição crítica e contestatória em relação às representações culturais.

Tabela 2- Tipos de Descodificação (Costa, 2022, p.113 *apud* Hall, 2003)

Estas três categorias trouxeram para as teorias da receção “um olhar mais aberto as pluralidades e menos objetivador” (Costa, 2012, p. 114). Permitido compreender a descodificação como uma receção cultural num contexto em que as subjetividades são vistas como subjetividades negociadas e consentidas, e não apenas como dominadas (Costa, 2012, p. 113 apud Oliveira, 1999). Ou seja, as pessoas, no caso do jornalismo os espectadores, não são apenas passivamente influenciadas pela cultura dominante e pela codificação dos media, mas também participam ativamente no processo de negociação e consentimento das influências culturais que recebem. Isto sugere um dinamismo maior nas relações culturais, onde o indivíduo tem também capacidade de interpretar as identidades culturais de vários modos, neste sentido Hall reconhece que que cada momento de desconstrução é, também, um momento de reconstrução. (Costa, 2012, p. 117)

Em conclusão deste capítulo, analisemos ainda a Teoria da Comunicação Cultural de James W. Carey, fundador dos estudos culturais críticos nos EUA, através da obra *Uma abordagem cultural da Comunicação* de 1989 e do ensaio fundador da mesma, de 1975. Esta teoria torna-se fundamental na convergência entre a comunicação e a cultura, examinando de que forma as práticas comunicativas contribuem também para a construção da identidade cultural. Perante esta ideia, o autor considera que a comunicação vai além da transmissão de informação, que “é a que se encontra mais difundida nas culturas industriais, vinculando-se a noções como “enviar”, “transmitir” ou “dar informação aos outros”. (Subtil, 2014, p.25 *apud* Carey, 1975) James Carey diferencia-se de Stuart Hall e aborda assim a forma como a comunicação se expande a diversos campos e atua igualmente como um processo simbólico através do qual os

significados culturais são criados, transformados e partilhados. O autor entende então que esta não deve ser limitada ao processo de transmissão do emissor ao recetor, e ao invés disso deve ser entendida como um ritual que promove o senso de comunidade e coletividade, essencial para a construção e manutenção da identidade cultural. Neste caso a comunicação perante esta visão “está associada a palavras como partilha, participação, associação, companhia e posse de uma fé comum. É na evocação de noções como comunhão, comunidade e Comunicação que, segundo Carey, a abordagem ritual assenta.” (Subtil, 2014, p.28 *apud* Carey, 1975)

Contudo, embora faça uma crítica ao modelo simplista da comunicação como transmissor, o autor não deixa de ressaltar a sua utilidade, ainda que, na sua conceção, esta seja uma visão restrita quando se trata de compreender o papel mais profundo e complexo da comunicação na vida cultural e social. Neste prisma, Carey define precisamente duas formas de vermos a comunicação, a partir da “visão transmissiva” e da “visão ritual”. (Subtil, 2014, p.24) A abordagem ritual defendida por Carey, contrapondo a visão transmissiva,

“Está orientada para a manutenção da sociedade no tempo e não para a disseminação das mensagens no espaço, para a representação de crenças partilhadas e não para o ato de transmitir informação. Enquanto o modelo transmissivo consiste na disseminação das mensagens à distância, a visão ritual centra-se nos efeitos de realidade da Comunicação no quotidiano e no cerimonial que atrai as pessoas para a partilha e a convivialidade”. (Subtil, 2014, p.28)

O poder dos media na formação da cultura é um aspeto central no desenvolvimento da teoria de Carey. Os meios de comunicação, como facilitadores do processo, desempenham um papel vital na mediação da cultura, através da produção e disseminação de conteúdo cultural, ajudam assim a construir e manter uma perceção de identidade coletiva, redefinindo a realidade social e influenciando a maneira como as pessoas percebem o mundo e a si mesmas. Para o autor, todos os rituais começam no contexto da conversação, embora possam também ocorrer através dos meios de comunicação como a imprensa, a televisão e a internet. No entanto, estas formas mais do que criadoras de novas comunidades, recordam-nos as comunidades que em algum momento fizeram parte do ritual e da conversação. (Subtil, 2014, p.38 *apud* Carey, 1995) A contribuição de Carey torna-se mais metodológica do que teórica, em que o autor consegue integrar as suas duas visões num único objeto de estudo. O jornalismo, neste caso, é analisado como um objeto de pesquisa que diverge a partir destas duas

dimensões comunicacionais. Através da perspectiva da comunicação com função transmissiva, o jornal atua como um veículo de informação para o público, noticia e entretém “a distâncias cada vez mais longas” e cria dúvidas “sobre os seus efeitos nas audiências, as suas funções e as das notícias relativamente aos processos de integração social, estabilidade e adaptação.” (Subtil, 2014, p. 30 *apud* Carey, 1975, 1992, p.21) Por sua vez, ao analisarmos um jornal pela ótica ritualística, verifica-se que a leitura do mesmo ajuda a construir ou reforçar uma visão de mundo partilhada. Neste prisma, “mais do que descrever o mundo, o jornal torna possível participarmos coletivamente num rito social que faz com que um diálogo coletivo possa ocorrer e uma realidade possa ser partilhada” (*Ibidem*). Esta perspectiva não se restringe a ver apenas informação nas notícias, mas também “um convite à participação na base do nosso assumir, frequentemente de forma vicária, papéis sociais dentro desse processo”. Para Carey, à medida que os indivíduos, no papel de leitores, consomem o jornal na sua continuidade, assumem também um compromisso “na mudança contínua dos papéis e do *focus* dramático”. (Subtil, 2014, p. 30 *apud* Carey, 1975, 1992, p.21)

O autor explora detalhadamente este processo, enfatizando sobre a importância da visão ritualística nos meios de comunicação, que indiretamente nos tornam participantes do meio envolvente, contribuindo assim para a promoção de uma coesão social e reafirmando o sentimento da coletividade. Na perspectiva do autor, quando analisamos um jornal através do modelo de transmissão, vemo-lo como um meio difusor “de notícias, conhecimento e entretenimento” a distâncias cada vez mais dispersas (Carey, 1975, 1992). As questões principais que surgem dizem respeito aos efeitos desse processo sobre o público: A notícia pode ser uma ferramenta que esclarece ou distorce a realidade, que influencia ou modifica atitudes, e que pode conquistar credibilidade ou gerar dúvidas e descrença. Além disso, emergem também perguntas sobre as funções do veículo de notícias: Ele fortalece ou enfraquece a integração social? Promove estabilidade ou instabilidade na sociedade? Essas são as dinâmicas examinadas na “pesquisa de comunicação como transmissão de mensagens.” Por sua vez, sob a perspectiva da comunicação como ritual, o jornal é entendido de maneira diferente, gerando outras problemáticas. A leitura do jornal não se limita ao “ato de enviar ou receber informações”, mas uma forma de participar numa ação coletiva, “em que nada novo é aprendido”, mas uma visão específica do mundo é reafirmada. Neste prisma,

escrever e ler notícias são vistos como “atos ritualísticos e dramáticos”. O que o leitor recebe não é informação pura, mas um retrato do mundo. Durante a leitura, os indivíduos participam “numa constante troca de perspectivas e focos dramáticos”. Assim, sob essa ótica, a notícia não é apenas um meio de informar, mas um meio que representa um palco de encenação e foco dramático. Não descreve o mundo de forma objetiva, mas “existe apenas dentro de um tempo histórico” e convida-nos a aceitar, de forma indireta, papéis sociais dentro daquilo que não é informação, mas sim drama, no qual participamos. (Bastos, 2009, *apud* James Carey, 1989, p. 16-17)

Assim, a teoria da comunicação cultural de James Carey pretende destacar o papel que os media desempenham na manutenção e reforço das comunidades e culturas. O autor observa que os meios de comunicação “servem não só para transmitir informação, mas para manter o sentido de comunidade” (Bastos, 2009, *apud* Carey, 1989, p. 18) e que “os rituais mediáticos relembram-nos constantemente as comunidades que integramos e os valores que partilhamos” (Bastos, 2009, *apud* Carey, 1989, p. 21) tendo assim impacto no que concerne à promoção e manutenção da identidade coletiva e cultural. Assume-se então que os media não disseminam apenas informações, mas também funcionam como veículos para a continuidade dos rituais comunicativos que formam e sustentam a sociedade.

Através da análise das teorias desenvolvidas por Henri Tajfel, Stuart Hall e James Carey torna-se possível concluir que a identidade não é um conceito fixo, mas dinâmico e em constante evolução, influenciado por representações culturais e mediado pela comunicação. O entendimento aprofundado destas investigações permite uma apreciação mais completa das complexas interações entre os conceitos de identidade, cultura e comunicação, proporcionando bases necessárias para o estudo das relações sociais contemporâneas.

1.4. Impacto dos Media na Identidade Cultural

Como explorado nas teorias anteriores, existem provas que o uso dos media pode ter um papel importante na expressão e reforço da identidade dos subgrupos de diferentes tipos. Isso não surpreende, uma vez que os media são parte da cultura. (McQuail, 2003, p.403) Garzia complementa esta ideia referindo que “quando falamos de comunicação

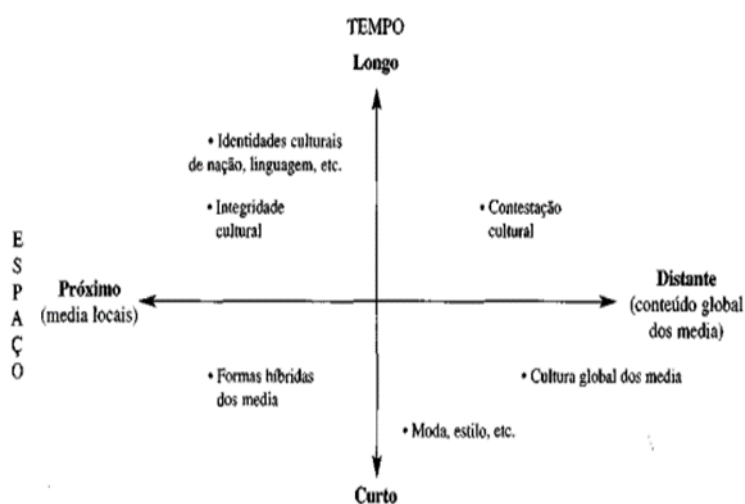
e de cultura e de que a comunicação também é cultura, também não podemos esquecer que toda a comunicação é identitária”. (Lopez Garcia, 2017, p. 130).

Segundo McQuail (2003, p.114) “diferentes tipos de media podem ter diferentes tipos de impacto no declínio, manutenção ou florescimento da experiência e da identidade cultural”. Na mesma linha de pensamento, o autor defende que “os media locais, étnicos e mais pessoais, ajudam a suportar a manutenção das identidades e autonomia cultural enquanto o conteúdo dos media internacionais tem mais impacto em fenómenos culturais de curto tempo e mais superficiais, como a moda, o estilo e o gosto”. (p.115) Posto isto, pode afirmar-se que os media não se limitam “a uma única tecnologia dominante”, assim, “diferentes media podem compensar-se (ou «reforçar-se») uns aos outros na influência cultural”. (McQuail, 2003, p.115) Na sua obra Teoria da Comunicação de Massas, Mcquail defende que é possível mapear as relações entre os media e a identidade cultural em termos de duas dimensões principais, o tempo e o espaço:

“O tempo é escolhido porque a duração pode ser considerada um aspecto central de todas as culturas e o seu grau o teste de saliência e de significação. As identidades mais perduráveis assentam na língua, na religião, na nacionalidade, etc., as mais efêmeras no gosto, na moda e no estilo. Neste contexto, a capacidade de os media se estenderem no espaço é também o critério mais relevante das tendências globalizantes. Os canais mediáticos e os seus conteúdos podem abranger do estritamente local (e mais próximo de casa) ao mais global, transportando mensagens remotas tanto geográfica como culturalmente. No espaço assim mapeado, fazendo o gráfico de uma dimensão contra a outra, existem possibilidades de diferentes relações, mas não necessariamente incompatíveis, entre os media e a identidade. Diferentes tipos de media podem ter diferentes tipos de impacto no declínio, manutenção ou florescimento da experiência e da identidade cultural.” (Mcquail, 2003, p.114)

Fig. 1 Media e Identidade Cultural: as dimensões do tempo e do espaço entre elas localizam as principais variantes da relação. (McQuail, 2003, p, 114)

Recorrendo a esta perspetiva de McQuail (2003, p. 115), assume-se que os meios mais próximos “de casa”, são aqueles que mais contribuem para a preservação das identidades e da autonomia cultural, uma vez que vão ao encontro das preferências e experiências pessoais dos espectadores, explorando fatores concretos. Por sua vez, os



conteúdos dos media globais tendem a influenciar mais os fenómenos culturais de curta duração e mais superficiais, como a moda, o estilo e o gosto.

No âmbito do jornalismo, quando uma região possui um forte grau de identidade, esforça-se por demarcar as suas características das demais regiões, e “para tal, exige a criação de meios de comunicação social próprios” (Coelho, 2005, p.153), pois permitem e facilitam “a criação de um quadro de referências, descortinado pela identidade local que se transforma no mostruário local (ou regional) amplificando a sua visibilidade e propiciando a sua abertura ao exterior.” (Rebelo, 2011, p. 317) Os meios de comunicação regionais, através da troca de informações, narrativas e ao noticiar os elementos culturais particulares de uma região específica, ajudam na formação de uma identidade partilhada, o que já exploramos como identidade coletiva que promove assim a cultural. Neste prisma, entendemos que funcionam como instrumentos de ação coletiva, capazes de captar as potencialidades locais para a promoção do desenvolvimento da comunidade, a reprodução social e a preservação da identidade cultural, uma vez que auxiliam a “manter vivas” as práticas culturais. Assim, torna-se uma das premissas deste jornalismo criar “vínculos com as pessoas e fortificar a identidade de lugar”. (Assis & Rangel, 2006, p. 2) Neste sentido,

“A importância do jornalismo regional dá-se pelo agrupamento das pessoas da região, e pelo sentimento de estar inserido em algum grupo, e de se tornar um membro participante. Esse ajuntamento forma a entidade cultural, pois o grupo comunal pertence a uma cultura semelhante”. (Assis & Rangel, 2006, p. 3)

Assim, permite que os indivíduos se vejam representados nas notícias, desempenhando um papel vital ao fornecer informações que são diretamente relevantes para a vida quotidiana das pessoas, contribuindo assim para o tal sentimento de pertencimento e identificação.

“A informação, as imagens e as ideias tornadas disponíveis pelos media podem, para a maioria das pessoas, ser a fonte principal da consciência de um passado comum (história) e da sua localização social atual. São também um armazém de memórias e um mapa de onde estamos e de quem somos (identidade) e podem ainda oferecer os materiais para a orientação do futuro”. (McQuail, 2003, p.67)

A aposta nestes meios de comunicação torna-se cada vez mais importante, uma vez que segundo Stuart Hall (2006), o processo de globalização trouxe consequências na medida em que as identidades culturais sofreram um processo de deslocamento e fragmentação. (Moraes, 2019, p.171) Para o autor,

“Quanto mais a vida se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas – desalojadas – de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem ‘flutuar livremente’. Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades (cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós), dentre as quais parece possível fazer uma escolha.” (Moraes, 2019, p.171 *apud* Hall, 2006, p. 75)

Os media regionais e locais não desempenha apenas um papel importante na questão identitária de uma região, mas também atuam como um elemento unificador para a comunidade, transformando a audiência como membro integrante dessa coletividade. Estabelecem assim todos os indivíduos a uma cultura comum, promovendo a coesão entre as pessoas que pertencem a esse grupo. Com a globalização, o jornalismo de proximidade foge ao comum ao transmitir o particular, aquilo que é próximo. Em concordância com esta teoria, Camponez (2002) reflete sobre a questão da proximidade na comunicação regional, enquanto fenómeno diferenciador numa era cada vez mais global. “Somos tão iguais que precisamente o nosso (mundo) é o que nos diferencia, (...), o que nos dá identidade”, complementando que “chegados à aldeia global (...) a única coisa que nos diferencia na realidade é a nossa aldeia” (Camponez, 2002, p. 120). Portanto, é a região que confere singularidade a uma pessoa, tornando-se uma das características mais distintivas de cada indivíduo. Mesmo em contexto de globalização, o individual e a identidade específica mantêm a sua relevância e influência.

Como principais representantes das expressões culturais, estes media assumem ao mesmo tempo um duplo-papel, além se mostrarem preservadores da cultura, podem também ser transformadores da mesma, ao introduzir novos elementos e perspetivas que podem desafiar e modificar as normas culturais existentes. Nesta visão, considerando a perspetiva de Foucault (1997), é possível afirmar que a televisão é parte integrante da estrutura social, emergindo como um “veículo de cultura”, uma vez que é o principal meio transmissor de atividades culturais. Na ótica estruturalista do autor, a televisão coloca narrativas e imagens que delimitam aquilo que pode ou não ser considerado cultura, sendo assim mais que uma difusora de cultura, uma criadora. (Costa, 2018, p.32)

O jornalismo, televisivo em particular, é hoje a grande “praça pública” do país, o palco onde tudo o que acontece é transmitido. A partir desta premissa, vemos a televisão

como “uma das principais fontes de construção da realidade social, através da difusão de modelos de comportamento, de estilos de vida, de representações da realidade natural e social.” (Ferreira, 2013, p.114) Este processo desenvolve-se através da partilha das notícias que os profissionais da comunicação determinam ser ou, não relevantes para a comunidade, através do chamado processo de *gatekeeping*. Também aqui se torna necessário falar do agendamento, no qual, se considera que os indivíduos agendam os seus temas e as suas conversas em função do que a televisão noticia. Assim, vemos a televisão como uma evidente fonte de representação daquilo que é a nossa construção social. “O consumo mediático impõe novas formas de narrar eventos, culturas e tradições” (Martins, 2022, p.132), tornando-nos assim numa “sociedade mediada” com uma “cultura mediada” (Thompson, 2005). Na perspetiva de Serge Moscovici, no seu estudo de 1961 *La Psychanalyse: son image et son public*, esta representação social pode ser definida como:

“Um sistema de valores, ideias e práticas, com uma dupla função: primeiro, estabelecer uma ordem que possibilitará às pessoas orientar-se em seu mundo material e social e controlá-lo; e, em segundo lugar, possibilitar que a comunicação seja possível entre os membros de uma comunidade, fornecendo-lhes um código para nomear e classificar, sem ambiguidade, os vários aspectos de seu mundo e da sua história individual e social”. (Rechena, 2011, p.2018 *apud* Moscovici, 2004, p.21)

Assumimos que para ser feita uma representação fidedigna do real, um ponto de partida para os meios de comunicação, deve ser o estudo das identidades. Sendo que esta área se torna necessária para todo o processo que o jornalismo envolve, uma vez que cabe aos jornalistas, por exemplo através das entrevistas ou das notícias a que se destina, reconhecer “Quem é” o outro, a quem se dirige, e todo o contexto em que este se insere, compreendendo assim a sua importância. Neste sentido,

“Só um mediador que estuda as culturas do local ao universal passando pelo regional e nacional, poderá atuar como agente de mediação social. Só o jornalista que se aperfeiçoa para poder criar, terá alguma possibilidade interveniente no processo de mediação social. Só o mediador que se obriga a um projeto de pesquisa cognoscitiva terá competência para modificar o status quo (hegemonia do emissor) e praticar o discurso polifônico e polissêmico.” (Amphilo, 2014, p.183 *apud* Medina, 1996, p. 20)

Recorrendo novamente às investigações de Stuart Hall, autor essencial para a pesquisa das identidades culturais, entendemos que estas são compostas por símbolos e representações, e que o discurso orientado pelos media acerca das mesmas se torna um

“modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos”. (Hall, 2006, p. 50)

Em suma, verificamos que, na atualidade, é essencial ter um conhecimento básico sobre as identidades, em particular, as identidades culturais para atuar no campo jornalístico. A profundidade da expressão do profissional de comunicação deve estar em conformidade com o interveniente, ou com a situação contextual que presencia. Conhecer a identidade cultural da fonte jornalística pode ser crucial para o entendimento do discurso e para a construção da narrativa que é representada através deste meio, influenciando a percepção de quem consome a narrativa. Nesse contexto, o jornalismo pode contribuir para a formação da identidade cultural, visto que, além de ser um elemento simbólico que reflete a sociedade, também constrói o presente com a criação do discurso da realidade social por meio de notícias e reportagens, produzindo e representando os significados no cenário atual. Assim, situado no tempo e no espaço como mostrou Hall, o jornalismo não só relata o presente, mas também constrói a memória, já que os seus registos contêm os discursos do imaginário social. (Amphilo, 2014, p.183 *apud* Medina, 1996) Nos tempos atuais torna-se relevante:

“Pensar na comunicação como agente agregador, fator de promoção dos valores e da cultura. Os media, como fator de globalização, devem enraizar-se nas comunidades, de modo a construir narrativas locais. Desta forma, a comunicação irá cumprir o seu dever integrador.” (Mutsuque, Jamal & Martins, 2022, p.135)

2. Porto Canal: História, Identidade e Atualidade

O Porto Canal é uma estação televisiva privada, fundada a 29 de setembro de 2006, com sede no Porto na Senhora da Hora, considerada o centro de produção, onde são feitas as emissões dos programas de informação. Além disso, possui também um estúdio no Estádio do Dragão, onde “são produzidos os programas de entretenimento e os espaços relacionados com o universo FC Porto.” (Fc Porto, 2024)

Embora se defina como “canal generalista, informativo, formativo, de entretenimento e serviço público, focado no Mundo que é o Território”, (Porto Canal, 2015) o Porto Canal segue uma linha editorial específica, que surgiu como uma resposta à necessidade de uma representação mais forte da região Norte de Portugal nos meios de comunicação social. A cobertura tem assim particular incidência regional, o que é destaque na grelha de programação, contudo, abrange também a atualidade a nível nacional e mundial.

Fundado pelo grupo Media Luso Comunicações, o Porto Canal tem vindo então a afirmar-se como um meio de comunicação de proximidade desde a sua criação. Inicialmente, o foco prevalecia no Grande Porto, tendo vindo a expandir-se, em 2009, ao Norte do país, visando dar voz às notícias, eventos e personalidades que moldam a região. Assim foram abertas várias delegações, chegando a atingir um marco de 11, restando atualmente 3 delegações, em Vila Real, Braga e Lisboa.

A 1 de agosto de 2011, o Futebol Clube do Porto (FC Porto) passou a gerir o canal, tornando oficialmente a FC Porto Media como proprietária em 2015, juntamente com a MediaPro Portugal, envolvendo inclusive a Sociedade dos Aliados, até à presente data. Esta mudança trouxe evidentes transformações no canal, que passou a ter uma maior presença no desporto, promovendo uma ampliação da cobertura desportiva e novos formatos de entretenimento, aliados ao investimento em qualidade e tecnologia para um maior desempenho da estação, refletido através da “programação, nova imagem gráfica, novas caras e *upgrade* tecnológico.” (Porto Canal, 2015)

De acordo com uma publicação feita no site oficial do Fc Porto, atual detentor da estação, o Porto Canal é visto como:

“Um canal de televisão dedicado a todo o território nacional, com uma programação diversificada, composta por informação, desporto e entretenimento. Embora detenha conteúdos exclusivos relativos ao FC Porto, é um canal generalista, sendo aliás o único do género em Portugal feito fora de Lisboa. É ainda a única estação televisiva com praticamente 100 por cento de produção portuguesa própria.” (FC Porto, 2024)

Antes do surgimento do Porto Canal, havia já um outro canal que seguia uma linha de proximidade e transmitia as suas emissões a partir do Porto, a NTV (Porto TV, Informação e Multimédia S.A), considerada em Portugal como a segunda televisão regional. O canal foi criado em 2001, no entanto fracassou por falta de vias económicas, tendo sido posteriormente comprado pela RTP, dando origem à RTPN (atual RTP3).

“O desaparecimento do único canal que se dedicava exclusivamente à região Norte de Portugal (NTV), "que chegou a liderar as audiências dos canais cabo no Grande Porto, em largas franjas horárias, muito especialmente durante o horário nobre", aliado ao facto de existir "um sentimento de uma identidade cultural no Norte do país", pesou na decisão de apostar no lançamento de um novo projeto.”(Público, 2005)

Posto isto, começaram a ser divulgadas as notícias do novo canal, que era entendido como um substituto à então extinta NTV, tal como divulgou o Jornal de Notícias, em

2004, sustentado pela ideia de que o Porto Canal continuaria com o legado de transmitir a informação regional da Área Metropolitana do Porto.

“Recuperar a ideia de uma televisão direcionada para a Área Metropolitana do Porto (AMP), perdida com a venda da NTV à RTP, levou um grupo de pessoas ligadas à comunicação a lançar um novo canal. Chama-se Porto Canal e deverá ser lançado no primeiro trimestre de 2005.” (Jornal de Notícias, 2004)

Desde a sua génese, que o Porto Canal foi distinguido por assumir “uma condição regional”, procurando alcançar “pessoas que sentem afinidades com o Norte do país e, muito em especial, com a AMP”. A principal característica passava por “fazer uma televisão de proximidade” para que fosse “um dos canais mais vistos na região do Grande Porto.” (Público, 2005) Contudo, ainda que o foco seja assumidamente regional, o canal não esquece os temas que abrangem o território nacional, assim como assuntos a nível mundial, o que permite, alcançar também uma “audiência muito heterógenea”. (Daniela Assunção, 2024, apêndice 2) Neste sentido, o canal procurou sempre “capitalizar a procura crescente por parte de um público urbano de conteúdos com que se identifique” (Público, 2005) com a intenção de possuir uma “audiência cada vez mais vasta e participativa.” (Dias, 2012, p.50)

A primeira emissão do canal foi para o ar a 29 de setembro de 2006, às 19 horas na “posição 13 do pacote digital da TV Cabo” (Vigário, 2016, p.33). “Boa tarde. A partir de agora, está no ar o Porto Canal. É uma estação de proximidade, sem provincianismos, mas com muita identidade”. (Silva, 2019) Foi assim que se deu início às primeiras transmissões regulares do Canal, pelo jornalista Pedro Carvalho da Silva no programa “Repórter da Cidade”, o que se tornou “a linha condutora do canal”. (Vigário, 2016, p.33, *apud* RTP, 29 de setembro de 2006)

Durante o primeiro mês e meio de emissão do Porto Canal, em 2006, “a grelha de programação comportava 18 horas de emissão, entre as 10:00 e as 04:00” (Vigário, 2016, p.33) assegura por uma equipa inicial de 3 jornalistas, 1 produtora e 1 repórter de imagem. De modo a aumentar o tempo de emissão para 24 horas por dia, a 14 de outubro estrearam 20 novos programas (Jornal de Notícias, 12 de outubro de 2006). A alargar a grelha de programação, aumentaram também os profissionais responsáveis pelas emissões. Em 2007, “o número de jornalistas subiu para 6, passando a contar com 2 produtores e 3 repórteres de imagem.” (Domingues, 2013, p.71)

Em junho de 2010 foram inauguradas delegações em pontos estratégicos do país. Para Juan Figuerosa, diretor na época, este foi “o primeiro passo para a abertura de uma rede de delegações regionais, com as quais o Porto Canal espera dar maior visibilidade às principais comunidades urbanas nortenhas” em regiões de menor visibilidade nos media televisivos. (Jornal de Notícias, 30 de junho de 2010). As 3 delegações tiveram sede em Penafiel (responsável pelas regiões de Vale do Sousa e Tâmega), Mirandela (encarregue pelo território de Trás-os-Montes) e Arcos de Valdevez (cobertura da sub-região do Alto Minho). Este progresso foi justificado como uma forma de “dar voz a regiões menos mediáticas, promover o conhecimento do país, discutir os problemas que habitualmente não têm cobertura informativa”. O processo passou então por “reforçar as ligações regionais” do canal, “vincando assim o carácter de proximidade da sua informação e entretenimento”, cumprindo-se “a matriz editorial do Porto Canal”, pelo que se pretendia “o aprofundamento da descentralização da nossa produção televisiva”. (Jornal de Notícias, 30 de junho de 2010) Nesta altura, a equipa do Porto Canal era constituída por 10 jornalistas e que se encontravam na sede e por 6 jornalistas e 3 repórteres de imagem distribuídos pelas 3 novas delegações e 2 produtores.

A par desta mudança, também 2010, “o Porto Canal tornou-se pioneiro em Portugal na utilização da tecnologia LiveU”, com esta tecnologia foi possível transmitir sinal de vídeo e áudio através de um equipamento, transportado nas mochilas, que não necessita conexão por satélite, sendo assim possível efetuar a emissão de qualquer parte utilizando rede móvel, o que acontece ainda nos dias de hoje no que diz respeito à transmissão dos diretos. Deste modo, o canal mostrou-se revolucionário nas emissões ao vivo, pela maior rapidez na difusão de informação juntamente com a agilidade dos recursos e diminuição dos custos. (Dias, 2012, p.51)

Com um avanço positivo claro, “no primeiro trimestre de 2011”, foram inauguradas mais 3 delegações “nas zonas do Cávado, Ave e Douro” (RTP, 17 de novembro de 2010) A primeira sub-região é referente à zona de Braga, a segunda a Guimarães e a última diz respeito a Vila Real. Além disso, foram contratados na época 17 jornalistas, assim como cerca de 8 a 13 operadores de câmara. Segundo o diretor geral, na época a decisão foi tomada para que as pessoas percebessem o vínculo reforçado da televisão ao Norte do país. Com as 6 delegações em funcionamento, o Porto Canal abrangeu a sua área de

interferência, não se restringindo apenas aos 14 concelhos da área Metropolitana do Porto.

O dia 1 de agosto de 2011 foi considerado um ponto de viragem na estação. Nesta data, o canal sofreu uma grande mudança ao ser adquirido pelo Futebol Clube do Porto que deteve os 97% pertencentes à Media Luso, associada ao grupo espanhol Mediapro, na altura o maior acionista do canal. Esta mudança foi considerada "uma nova dimensão no panorama televisivo português" em que Juan Figueroa distinguiu a parceria como uma fonte segura para consolidar as audiências do Porto Canal. (Expresso, 4 de março de 2011). Junto com esta mudança, “começaram a ser visíveis as primeiras alterações na grelha da estação televisiva” (Dias, 2012, p.51) em programas como “Somos Porto”, “Telediário” e o “Flash Porto”. Os conteúdos relativos ao desporto na estação passaram então “a ser exclusivamente determinados pelo clube e a ter espaços próprios na programação.” Por sua vez, a restante informação de cariz generalista e outros “manteve a sua autonomia continuando a abordar os mais diversos temas”. (Dias, 2012, p.52) Neste ponto, Domingues de Andrade, na época diretor de informação e programação, define a gestão do canal como assente em dois pontos que guiam o leque de conteúdos do canal, sendo eles baseados em conteúdos de cariz desportivo geridos pelo clube associado, e os restantes conteúdos que englobam a informação entre outros. (Expresso, 1 de agosto de 2011)

Em 2012, Júlio Magalhães entra para o canal como diretor-geral, com um objetivo comum aos restantes profissionais, para que este fosse “generalista, com informação, feito na região Norte para todo o País e para os portugueses no estrangeiro” (Negócios, 10 de janeiro de 2012) A grelha de programação nesse ano voltou a sofrer uma renovação, exemplos são, “as sínteses informativas passaram a ter mais presença na programação ao longo do dia” (Dias, 2012, p.52) e passou a ser emitido um novo programa, “Territórios”, que era direcionada para os telespectadores da região Norte. A 6 de março do mesmo ano foi ainda inaugurada uma nova delegação em Lisboa, sendo a primeira delegação fora da zona norte do país. Segundo Vanda Balieiro, a motivação para a abertura desta nova delegação na capital foi de “ouvir a opinião de protagonistas nortenhos que estabeleceram a sua atividade profissional” em Lisboa e “dar voz aos assuntos que ocorrendo em Lisboa têm relevância para o Norte do país” Dias (2012, p.52 *apud* Balieiro, 2012)

Em 2013 eram 5 os noticiários em destaque na grelha de programação, “o Jornal das 13h, as Notícias às 17h e às 18h, o Jornal Diário às 20h e o Último Jornal às 24h” e foram ainda criados dois blocos informativos o “Especial Informação e Grande Entrevista”. (Domingues, 2013, p.53) juntando-se a um leque de programas “onde se analisa a região norte, o país e o mundo”. (Domingues, 2013, p. 52) Perante uma programação variada, o Porto Canal atua como “uma voz relevante no panorama mediático português”. (Porto Canal, 14 de outubro de 2014)

Em 2014, já era notícia a intenção do FC Porto Media em adquirir a totalidade do Porto Canal. Manuel Tavares, na altura diretor da respetiva organização, revelou que o objetivo do acordo ambicionava a “expansão da marca a nível internacional”, além de “potenciar a utilização de ativos do futebol profissional” e “desenvolver novas parcerias na área de Media”. (Observador, 13 de agosto de 2014) Este acordo deu-se em 2015, em que Manuel Tavares fez questão de reforçar a ideia da proximidade desde sempre associada à missão, visão e valores da estação televisiva, referindo desde logo a vontade de “continuar a ser um canal da região e para a região. É uma frase política” (Público, 18 de outubro de 2014)

Foi a 11 de janeiro de 2016 que se deu uma nova era na estação com um Porto Canal “totalmente renovado “com “novidades na programação, nova imagem gráfica, novas caras e upgrade tecnológico”. (Sapo MAG, 21 de dezembro de 2015) A requalificação do canal teve como base um investimento “tanto a nível qualitativo e tecnológico como no considerável reforço da aposta nas infraestruturas com um novo centro de produção no Dragão”. (Porto Canal, 18 de dezembro de 2015) Além disso houve também o “melhoramento do centro de Matosinhos, alargando assim a capacidade de oferta dos conteúdos da nossa estação” e uma atenção no que respeita à “qualidade do som e da imagem” passando a ser utilizado o “formato HDTV” (Porto canal, 6 de janeiro de 2016). Também a imagem gráfica do canal, no que concerne ao logótipo foi redesenhada, face ao “momento de renovação e de união do canal ao FCPorto”. (Sapo MAG, 21 de dezembro de 2015) A metamorfose da estação desenvolveu-se com o objetivo de “SENTIR AINDA MAIS”. (Porto Canal, 18 de dezembro de 2015).



Fig. 2- Evolução gráfica do Porto Canal



Fig. 3- Identidade Visual atual do Porto Canal

A nova imagem gráfica do Porto Canal refletiu-se sobretudo no logótipo renovado, que se mantém até à atualidade (Figura 3). Este é composto por “duas dimensões”, através da utilização de um ícone que remete para diversas pontes, “representando o meio de união e de comunicação pelo país”, e apresenta também o lettering com o nome “Porto Canal”, dando especial destaque à palavra Porto, que se encontra centralizada no inferior do ícone alusivo às pontes. A criação do logótipo teve como fonte de inspiração quatro elementos: A “Esfera Armilar”, associada à época dos Descobrimentos em que foi utilizada “como instrumento de navegação que norteou os portugueses”, com o objetivo de expandir o canal por Portugal. O elemento das pontes que “são entendidas como meio de união, do Porto para o mundo”, também “o microfone” que “dá voz a todos os intervenientes do canal” e o “Futebol Clube do Porto”, proprietário do canal, que se encontra associado ao logótipo. (Porto Canal, 6 de janeiro de 2016)



Fig.4- Logótipos da programação do Porto Canal

O logótipo manteve-se fixo desde a sua modificação, em 2016, até à atualidade. Contudo, a par desta evolução foram também implementadas algumas mudanças, nomeadamente nas cores do logótipo que fizeram com que surgisse então várias versões do mesmo, o que permitiu distinguir os diferentes conteúdos da programação do canal. No que concerne aos setores abrangidos, a cor laranja representa os conteúdos desportivos, o amarelo está associado à informação, o azul-escuro representa o entretenimento geral, o azul-claro remete para a cultura, e por último, a

cor verde no logótipo caracteriza programas que se incluem no bem-estar. (Vigário, 2016, p. 39)

Com todos os progressos do canal, fruto de um grande investimento, o objetivo passou por “fazer com que o público de todo o território, sinta mais a cultura, a informação, o entretenimento e o desporto, com mais horas de emissão e com uma melhor oferta.” (Porto canal, 6 de janeiro de 2016). A aposta do canal foi em criar uma programação mais diversa e dinâmica durante as 24 horas de emissão consecutivas, juntando assim novos programas e outros já existentes. O desporto passou a ter uma maior presença no canal, com uma maior associação ao FC Porto, através de “mais emissões de diretos dos jogos do FC Porto equipa B, FC Porto Sub 15, FC Porto Sub 17 e FC Porto Sub 19”, além disso houve também uma preocupação na inclusão de outras modalidades, como o “andebol, o basquetebol e o hóquei em patins.” Para acentuar este investimento do desporto, foi ainda criando “um novo espaço de informação” intitulado de “Jornal de Desporto”, onde era apresentada “toda a atualidade transversal de todas as modalidades desportivas e não exclusivamente a conteúdos relativos ao FC Porto” (Porto Canal, 6 de janeiro de 2016)

Em 2016, houve ainda também mudanças no que respeita à requalificação dos estúdios da Senhora da Hora. O cenário real tinha a particularidade de poder ser removido e ajustado aos vários programas alguns de entretenimento e outros informativos. O facto de ser um cenário “moldável” permitia transmitir os programas do mesmo sítio sem qualquer interferência. Contudo, em 2016, o entretenimento passou a ser transmitido “na zona subterrânea do Dragão Caixa, nas Antas”, atualmente os Estúdios do estádio do Dragão, (Vigário, 2016, p.40), continuando a ser transmitida a parte da informação a partir da sede, como verificado desde o começo até à data. Foi nesta época implementado o cenário virtual “Chroma Key” que permitiu dar palco a vários programas, de formatos e géneros distintos. Esta tela verde revolucionou a tecnologia do estúdio, permitindo adaptar-se a cada cenário virtualmente, processo que ocorre ainda atualmente, nos estúdios da Senhora da Hora e do Dragão, dependendo do programa, contudo, continua a haver alguns que contam com o cenário físico.

5 anos depois, em 2021, houve uma mudança na direção que marcou a estação, Júlio Magalhães após 9 anos como diretor-geral despede-se do Porto Canal. Simultaneamente, Estela Machado, veio da RTP para a estação como “Diretora-adjunta

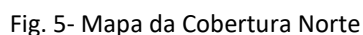
de Informação". Segundo a jornalista "o crescimento do Porto Canal passa pela Informação do território". (TSF, 5 de março de 2021) Acompanhando esta contratação houve ainda a apresentação de uma nova grelha de programação. Para Tiago Girão, que se tornou diretor de informação do canal na época, "a Informação como o Entretenimento vão estar mais próximos das regiões e das pessoas". (TSF, 5 de março de 2021) A "Manhã Informativa" era emitida às oito da manhã, e olhava "para o território, a meteorologia, o trânsito ou os jornais". No período da tarde estava o "Viver Aqui", com "cinco repórteres no terreno espalhados pelo Norte" e à noite, a "Noite Informativa" de segunda a domingo, com "muitos noticiários e comentadores". Tiago Girão reforça os dois eixos do Porto Canal como sendo: O território e os conteúdos do Futebol Clube do Porto. (TSF, 5 de março de 2021) Os três programas ainda existem atualmente.

Em 2022, o Porto Canal afirmou o seu posicionamento no mundo digital que estava em ascensão. No começo deste ano, praticamente todos os jornalistas estavam vocacionados para a parte da produção de conteúdos informativos para televisão, contudo, "uma parte desses profissionais foi alocada para começar a trabalhar, quase que de forma exclusiva, na criação de conteúdos online e multimédia." (Costa, 2023, p. 16) Nos tempos que correm, o Porto Canal é notável a presença do canal no digital. A rede social Facebook tem o maior impacto estatístico, seguindo-se do Instagram e por fim o Twitter. Através destas plataformas, são partilhadas as notícias que constam no website, que continua a ser a fonte principal do setor digital do Porto Canal. Onde se verifica uma maior interação com o público online é no Instagram, tendo em conta que é nesta plataforma que se observa "a nova orientação digitalizada e de multimédia da empresa" com a criação de conteúdos exclusivos difundidos pelos seguidores que acompanham a página diariamente. (Costa, 2023, p. 16)

Em março de 2023, há novamente mudanças na direção. "Manuel Tavares, administrador executivo, passa a acumular esse cargo com o de diretor geral e Estela Machado assume os cargos de diretora de informação e diretora de programas". Jornal de Notícias, 8 de março de 2023)

Atualmente, segundo dados fornecidos por Daniela Assunção, coordenadora geral de conteúdos, a sede do Porto Canal, localizada em Matosinhos, abrange o maior número de recursos humanos da estação. Ao todo são 21 jornalistas que compõem a redação do

Além disso, o Porto Canal conta, de momento, também com três delegações, asseguradas, cada uma delas, por uma equipa composta por um jornalista e um repórter de imagem. São, portanto, a delegação de Vila Real, encarregue de cobrir as notícias referentes à região de Trás-os-Montes e da zona mais a norte da Beira Alta; a delegação de Braga que acompanha o quotidiano da região do Minho e a delegação de Lisboa, ativa apenas quando é solicitada em casos necessários. Em outros anos, o Porto Canal já chegou a ter 11 delegações, contudo, atualmente apenas dispõe das 3 mencionadas, por falta de recursos financeiros e também por uma questão de posicionamento estratégico. Com a equipa de jornalistas encarregue da Área Metropolitana do Porto, juntamente com as delegações, a cobertura jornalística atual do Porto Canal é gerida da seguinte forma: Toda a região Norte é coberta, sem exceção, tendo uma maior incidência, de forma clara na zona do Porto, mas também em Braga-Guimarães e Trás-os-Montes onde existem duas equipas (Mapa Norte- Fig.5). Além da região Norte, o Porto Canal cobre também parte da região centro. Aveiro e Viseu são os dois distritos visados. (Mapa Centro- Fig.6)



57

forma, impactem a região. A informação, o entretenimento, assim como a cultura, a arte e o desporto diversificam a transmissão contínua da estação. Não esquecendo que, a promoção do Norte é um dos guias para a maior parte dos programas que constam no canal, contribuindo para a afirmação da diversidade regional do país.

“O Porto Canal assume-se como porta-estandarte da região Norte e, ao nível da produção jornalística, é dado um ênfase quase exclusivo à região, pelo menos no que diz respeito aos serviços no terreno.” (Hugo Costa, 2024, apêndice 1)

Identifica-se então, mais uma vez, através dos estatutos editoriais e da própria programação o sentido de “proximidade”, uma das características mais vincadas do canal, pela sua missão de “contribuir, através do esclarecimento da opinião pública e da partilha de informação, para a afirmação da identidade, da cultura e dos valores do País e das suas regiões.” (Costa, 2023, p. 23) Os blocos informativos que são diariamente apresentados na emissão são a Manhã Informativa, a Tarde Informativa e a Noite Informativa, vulgarmente conhecidos por “telejornais”. É nestes programas que toda a informação é transmitida à audiência do canal, havendo uma particularidade nos seus alinhamentos que são divididos por categorias. Como por exemplo, “a notícia do dia é, tendencialmente, aquela que abre o noticiário, enquanto os conteúdos desportivos e internacionais são alinhados mais para a reta final do bloco informativo.” (Costa, 2023, p. 28) Daniela Assunção, coordenadora dos conteúdos gerais, evidencia o compromisso com a região como premissa do canal, no que respeita também à informação. “O alinhamento de todos os jornais é feito em função da importância das peças para o Porto Canal. Uma peça sobre algo local, vai ter muito mais importância do que um assunto nacional. Portanto, fica sempre na "cabeça" dos alinhamentos.” (Daniela Assunção, 2024, apêndice 2)

Numa entrevista feita à jornalista Ana Rita Basto, é possível fazer um ponto de situação atual acerca da dinâmica do canal, que segundo a sua perspetiva, embora se tenha ajustado com o tempo, seguiu sempre os objetivos primários desde a sua génese.

“Ao longos dos anos o Porto Canal foi fazendo alguns ajustes na linha editorial e na programação, mas a matriz do canal esteve sempre presente. O canal feito a partir do Norte, que olha para a região de uma forma mais cuidada. Mesmo em assuntos nacionais, tentamos perceber o impacto que têm nas populações a nível mais local. Tentamos que toda a região se sinta de alguma forma representada naquilo que fazemos. A ligação ao Futebol Clube do Porto é outra das marcas distintivas, é uma instituição que representa ao país nacional e internacionalmente, por isso acabamos também por nos distinguirmos dos outros órgãos de comunicação, por termos conteúdos exclusivos do clube”. (Ana Rita Bastos, 2024, apêndice 3)

3. Estágio no Porto Canal

O meu estágio no Porto Canal foi realizado no âmbito da conclusão do mestrado em Ciências da Comunicação, vertente de Média e Jornalismo, na Faculdade de Letras da Universidade do Porto. O período de duração foi de 3 meses, contabilizando no total 544 horas, sendo o início a 2 de outubro de 2023 e o término a 3 de janeiro de 2024.

Durante os 3 meses de estágio no Porto Canal foi-me permitindo aplicar de forma prática os conteúdos teóricos adquiridos ao longo da minha formação académica, focada em global na área da comunicação desde a licenciatura, tendo a particularidade de o mestrado ser especializado na área jornalística, um campo que se insere na minha ambição profissional.

Na instituição acolhedora as funções que me foram atribuídas foram as de uma jornalista estagiária, na qual desempenhei tarefas tais como, o acompanhamento e realização de reportagens, assim como o auxílio na redação no que era referente ao conteúdo dos programas diários na grelha de programação do Porto Canal. Dentro do canal havia também estágios na parte da produção de informação, assim como no entretenimento e no sector responsável pelo digital. O meu estágio desempenhou-se exclusivamente na redação, acompanhado igualmente pelo trabalho em campo, e foi inserido no meio do jornalismo televisivo.

Os turnos dos estagiários eram divididos em 2 horários, manhã e tarde, das 08h às 17h ou das 14h às 22h, respetivamente. Posto isto, ficou decidido que na primeira semana de estágio faria o horário das 08h às 17h, sendo que nesta altura, eramos 5 estagiárias no canal, divididas entre a manhã e tarde para auxiliar no trabalho proposto. A partir daí os horários foram rotativos, fazendo uma semana o horário da manhã e outra semana o horário de tarde e assim sucessivamente até ao final do estágio, salvo exceções em que era necessário estar no canal em outros horários que não o planeado (anexo 1). Na redação o trabalho é essencialmente de pesquisa, produção e criação, elaborando assim os programas da grelha do Porto Canal, transmitidos, quase sempre, através dos estúdios da estação, sendo eles na Senhora da Hora e no Estádio do Dragão, passando sempre pela régie, de onde são emitidos e estruturados. O meu estágio foi realizado exclusivamente no Centro de produção da Senhora da Hora, a sede do Porto Canal.

3.1. Local de estágio: As instalações do Porto Canal

O Porto Canal conta, atualmente, com dois centros de produção, sendo eles em Matosinhos, na Senhora da Hora e o outro em Campanhã, no Dragão. Embora ambos pertençam à estação televisiva e sejam utilizados com o propósito comum de produzir conteúdo, possuem, contudo, a sua independência. Isto é, os centros de produção não têm ligação entre si no que respeita ao cariz dos conteúdos e aos profissionais das redações, sendo o cruzamento de informação feito a partir da direção e coordenação de cada instalação. Assim, é feita a gestão dos conteúdos que preenchem a grelha de programação do Porto Canal, garantido uma emissão contínua e intercalada entre a informação, entretenimento e os conteúdos relativos ao Futebol Clube do Porto.

A sede do Porto Canal, na Senhora da Hora, é o centro de produção responsável pela informação generalista da estação. Neste local, que conta com um estúdio, são gravados e emitidos todos os conteúdos noticiosos do canal, como os programas “Manhã Informativa” e “Noite Informativa”, que têm lugar de destaque na grelha de programação no que concerne à Informação. Por sua vez, é também neste centro de produção, que são gravados os programas de “InfoEntretenimento”, que juntam o cunho informativo e interativo, uma das apostas do Porto Canal, em programas como o “Consultório”, e programas de cariz informativo e pedagógico como o “Economia Real” ou “Justiça às Claras”.

As instalações da Senhora da Hora estão divididas em 2 pisos. Ao entrar no canal, no piso inferior encontra-se a sala onde se reúnem os repórteres de imagem responsáveis pelo material audiovisual, a cabine de gravação de voz, onde são gravadas as peças e reportagens, assim como a sala destinada à caracterização e maquilhagem. É também neste piso que se encontra o estúdio de gravação de onde os pivots de informação fazem os programas. Além disso, no piso inferior há também a parte do “Digital”, na qual os jornalistas de multimédia são responsáveis por produzir os conteúdos para o site e redes sociais do canal. Passando para o piso superior, é nele que se encontra a redação, composta por jornalistas, produtores e condenadores, que trabalham com um objetivo comum: produzir e gerir a informação que é transmitida pelo Porto Canal. A redação está dividida por funções, sendo estas, a produção de informação que trata dos contactos, ou seja, das fontes, e toda a logística envolvente para a realização de um

programa. Os produtores distinguidos entre coordenadores e operativos, são responsáveis por fazer o planeamento do conteúdo dos programas tais como as reportagens, definindo qual será o tema a seguir. Estão encarregues também de organizar os espaços de gravação, os horários, assegurar a disponibilidade dos convidados e efetuar os contactos precisos para a realização do programa. Os produtores tratam também da agenda do dia seguinte, que é enviada no final de cada dia, onde são assinalados todos os trabalhos a realizar, assim como os profissionais responsáveis e o horário respetivo. Além disso, tratam também do alinhamento dos programas, ou seja, a ordem pela qual os conteúdos são transmitidos, auxiliando assim o trabalho do coordenador. Os coordenadores dos programas ficavam então na parte da coordenação, juntamente com os pivots, que rodavam de função conforme a semana. Tratam do guião de conteúdos, fazendo uma pesquisa pelos vários sites jornalísticos de modo a ter sempre notícias atualizadas e saber de que se tratavam os assuntos do dia, produzindo assim o conteúdo para o programa em questão, com o auxílio dos estagiários, a quem atribuíam tarefas. Durante as emissões, os pivots dirigem-se ao estúdio (anexo 2) e os coordenadores à régie (anexo 3) para assegurar o bom funcionamento da emissão.

Na redação estão também os jornalistas, alguns dos quais ficam responsáveis por ficar no local a auxiliar na escrita de notícias e produção de conteúdos para os programas, sendo estes os chamados redatores, que vão rodando de acordo com as semanas, e os restantes jornalistas que regressam do trabalho no terreno e necessitam de editar as peças. Também na redação se encontra o gabinete onde está a Diretora de Informação e o Diretor da Coordenação Geral e de Planeamento de Meios, responsáveis por gerir todo o trabalho que acontece no local, e por fim, tem a zona onde ficam os estagiários, encarregues de auxiliar em todas as tarefas propostas pelos trabalhadores do Porto Canal. Ainda que seja um espaço amplo e haja comunicação aberta entre todos os trabalhadores, facilitando assim a troca de dúvidas e informação, a divisão é feita essencialmente através dos computadores, que se encontram distribuídos pelas áreas respetivas a cada função.

Por fim, é também no piso superior que se encontra o departamento comercial e de entretenimento, o grafismo que auxilia na criação do audiovisual dos programas, uma sala de reuniões, a copa para as horas de refeição e a régie. Na régie, o espaço é

composto essencialmente pelas televisões que acompanham os canais concorrentes, assim como os televisores responsáveis pela emissão decorrente no canal. Neste espaço estão também os técnicos de som e imagem, que tratam de colocar os conteúdos no ar, assim como definir os ângulos das câmaras que se enquadram no momento, colocar os separadores, o genérico, os oráculos, entre outros pormenores relevantes para o bom desempenho dos programas e a sua dinâmica.

Embora não tenha conhecimento aprofundado das instalações do Centro de Produção do Dragão (CPD), nem me tenha deslocado ao local em nenhuma das tarefas, é dada alguma informação ao longo do estágio acerca das funções desempenhada nessa redação, que disponibiliza os mesmos recursos e comodidades. Este polo de produção, que se encontra em baixo do Dragão Arena, conta com o estúdio do qual é transmitido o programa de info-entretenimento com maior destaque do canal, o “Viver Aqui”. Além disso, justificado também pela sua proximidade às instalações do clube, é no CPD, que todos os conteúdos desportivos, televisivos ou digitais, sobre o Futebol Clube do Porto são produzidos. No caso, o “Flash Porto”, um noticiário estritamente dedicado ao clube, assim como o “Universo Porto”, ou em dia de jogo por exemplo, de onde são transmitidas as narrações das partidas de várias modalidades e escalões, sendo a equipa principal do FC Porto o principal destaque, havendo ainda o “Pré-Match” e o “Pós-match”.

Além disso, há ainda um programa do Porto Canal que não é gravado em nenhum dos estúdios da estação, sendo ele o “Glitter Show” e o “Glitter Late Night”, desde 2017 e 2019, respetivamente, apresentado por Carina Caldeira, antiga apresentadora do concurso “Azul ou Branco” do canal. O Glitter, através de uma parceria do Porto Canal com a Altice, é gravado em Lisboa nos estúdios da Altice Portugal.

3.2. Tarefas realizadas na redação

Enquanto jornalista estagiária, o primeiro contacto com o trabalho televisivo foi feito a partir da redação. Ao chegar ao local, a minha rotina diária centrava-se sobre tudo no trabalho escrito. Iniciando a sessão no computador, através das passwords que nos eram facultadas, exclusivas a cada estagiária, conseguia ter acesso aos programas que eram necessários para a realização das tarefas. (Anexo 4)

A pesquisa de informação sobre a atualidade e os temas relevantes para o dia era feita essencialmente através da *Agência Lusa* (Anexo 5) e da *Reuters* (Anexo 6), sendo a primeira uma fonte de notícias nacional e a segunda utilizada para todo o conteúdo internacional, no entanto, por vezes eram também acedidos outros periódicos portugueses. Com esta pesquisa diária fazia um processo de *gatekeeping*, selecionando o que era ou não relevante, e, portanto, o que poderia ou não ser notícia para o dia, tendo também particular atenção se teria algum interesse a nível regional, ou seja, se teria algum impacto na Área Metropolitana do Porto. Além disso, quando me era solicitado, acedia também ao site ProCiv (Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil) para acompanhar qualquer ocorrência que pudesse existir em tempo real, o que poderia ser notícia para a qual a equipa do Porto Canal tivesse de se deslocar. Ao mesmo tempo, mantinha sempre o programa *Dalet Galaxy* em funcionamento, sendo que esta aplicação é a base de todo o trabalho realizado, na qual se deposita a troca de informação entre os profissionais da redação, assim como toda a produção jornalística. De forma breve, é no *Dalet* que são colocados todos os programas que preenchem a grelha de programação, mantendo a emissão ativa. Este software contém então toda a programação do Porto Canal, através de um calendário, dividido por meses e dias, no qual constava o alinhamento dos programas a serem emitidos a tal data. Dentro de cada programa é possível ver a ordem cronológica pela qual os conteúdos são transmitidos, permitindo uma consistência temática, criada e organizada pelos coordenadores responsáveis pela emissão a x dia. (Anexo 7)

A produção jornalística que sustenta os alinhamentos dos programas informativos é composta essencialmente pelos genéricos, separadores, diretos, falsos-diretos, mas sobretudo pelas peças, os TH's (cortes de entrevistas), os Cola TH'S (OFF + TH) e os OFF's, sendo que diariamente estava encarregue de fazer algumas destas tarefas propostas pelos coordenadores que iam inserindo no *Dalet* conforme os temas se mostram-se relevantes para o dia. O programa permitia clicar em cada um dos conteúdos e inserir o texto e audiovisual respetivo à notícia que era elaborado pelos redatores, estagiários, coordenadores e pivots. Quando a função era atribuída a alguma estagiária era colocado o nome da mesma no separador “Bolachas” do *Dalet*. No meu estágio, o trabalho escrito que me era atribuído era essencialmente para os Blocos Noticiosos, “Manhã Informativa” “Tarde Informativa” e “Noite Informativa”, havendo

também tarefas quando necessário para a “Ordem do Dia” e os blocos dos “+ Info” dados em vários horários do dia, de 1 em 1 hora (exemplo 15:30 e 16:30).

Para escrever os OFF’s, que dos conteúdos anterior, era o mais pedido pelos coordenadores era necessário abreviar uma notícia tornando-a clara e concisa, mas com a informação necessária respeitando a escrita televisiva. Fazia um trabalho de pesquisa sobre a notícia sendo que o tema da mesma constava sempre no *Dalet*, e por vezes, também o link de onde a poderia encontrar, contudo a *Agência Lusa* e a *Reuters* eram, como já referido anteriormente, a fonte principal. Após ler a notícia, abria o Word ou diretamente o *Dalet* e reformulava a mesma, dividindo o que era de maior relevância para uma primeira frase, o chamado Lead, deixando os outros factos relevantes para um segundo parágrafo, tentando sempre que fosse o menos extenso possível e de linguagem clara para todo o tipo de audiência.

Para os TH’s, era feita uma recolha e seleção de testemunho dos intervenientes, seleccionando apenas uma ideia que introduzisse o conteúdo audiovisual que ia ser reproduzido (corte de entrevista). Os Cola+TH por sua vez, juntavam os dois conteúdos referidos anteriormente, no qual a notícia era dada em OFF inicialmente e logo de seguida um corte de uma entrevista na qual o entrevistado estava associado ao tema, ou falava sobre o mesmo, complementando a informação transmitida.

Além disso, há também as peças jornalísticas, podendo ser estas realizadas em terreno ou uma “peça à redator”. As peças, já com um grau de dificuldade mais elevado que os anteriores conteúdos mencionados, são a notícia dada de forma mais detalhada através de um conteúdo audiovisual. A maioria das peças, atribuídas aos jornalistas da estação, é realizada depois da deslocação ao terreno, ou seja, de um contacto próximo com a notícia, sendo a “Peça à redator” atribuída quando não é possível deslocar ao local. Para estas peças, era necessário recorrer à *Agência Lusa* e à *Reuters*, mais uma vez, onde era fornecida a notícia escrita ou o Script, assim como o material visual necessário para compor a mesma.

Depois da elaboração do texto, respeitando a ordem de ideias e relevância para o jornalismo televisivo e supervisionado no final pelo coordenador presente, o próximo passo para a realização da peça era a sonorização, ou seja, a gravação dos áudios informativos que vão acompanhar a imagem. Este processo era feito na sala de sonorização, no piso inferior, através do programa *Audacity*. A colocação da voz era por

vezes também supervisionada pelos coordenadores, que acompanhavam os estagiários de modo a melhorar a sua sonorização nas peças jornalísticas. (Anexo 8)

Juntamente com o *Dalet* e o *Audacity*, outro programa essencial na produção jornalística do Porto Canal é o Adobe Premiere. (Anexo 9) Nele, é produzido o conteúdo audiovisual que acompanha a parte escrita dos pontos detalhados. Este software de edição de vídeo e som, é amplamente usado nas redações jornalísticas, e na produção audiovisual em geral. O programa oferece uma série de recursos para editar, cortar, ajustar, organizar e aprimorar os vídeos, tornando-se uma ferramenta essencial para a criação de conteúdo jornalístico em formato audiovisual. Era no *Adobe Premiere* que “pintava” os OFF’s, com imagens de arquivo do canal que podiam ser procuradas através de palavras-chaves relativas ao tema, no “*Dalet Xtend*”, uma extensão de arquivo do canal. Em alguns dos casos já havia imagens feitas que podia ser utilizada, em outros casos tinha de compilar várias imagens de modo a formar 1 minuto de vídeo, que por norma era o pretendido para não dar margem de erro na emissão. Para os TH’s era necessário exportar primeiramente as entrevistas da Agência Lusa ou da Reuters e cortar posteriormente as falas a serem utilizadas, tendo no máximo entre 0:30 a 0:45 segundos. Se fosse a junção de dois TH’S colocava-se o efeito do “Pano Branco”, uma espécie de flash para disfarçar o corte. Outro dos cortes necessários através deste programa era utilizado nos Falsos Diretos, enviados através das “Mochilas” para o sistema, no qual era encarregue de cortar o que não era necessário, tendo sempre em conta a necessidade de deixar os 3 segundos iniciais e finais a mais de cada falso direto, para posteriormente ser colocado no ar.

Além disso o *Adobe Premiere* era também essencial para a edição das peças, algumas delas, como já mencionado eram “peças à redatora”, ou seja, sem ser necessário ir ao terreno, apenas utilizando conteúdo das plataformas que inseriam a notícia, as imagens e as entrevistas, sendo apenas preciso estruturar a peça em si. No caso dos conteúdos internacionais retirados da *Reuteurs*, o *Adobe Premiere* era também preciso para criar as legendas em português utilizando o “Script” que era fornecido na mesma fonte. Para as peças criadas a partir do terreno, o processo era mais complexo, tal como vai ser detalhado no ponto seguinte.

Contudo, era necessário ter em atenção que qualquer conteúdo audiovisual criado a partir do *Adobe Premiere* de modo a ser emitido em televisão, obedecia a umas certas

especificidades referentes à sua edição, incluindo o padrão comum e as técnicas utilizadas nas peças jornalísticas, a adequação da sonoridade mediante o conteúdo, regulando a voz e o som ambiente, assim como a nível de exportação, que era específica em determinado formato (XDComEx1080i) para o *Dalet News*, para posteriormente ser inserido no sistema do *Dalet Galaxy*, não havendo erros na transmissão.

Por fim, o programa do *InterXI*, também utilizado na redação por todos os profissionais, contém o alinhamento organizado pelos funcionários da produção e posteriormente também utilizado na régie durante a emissão. (Anexo 10) Neste programa, além de estar presente a ordem cronológica, é possível inserir os oráculos respetivos a cada conteúdo elaborado. No caso, tinha sempre um “Destaque Azul” e um “Destaque + Título”, dependendo da notícia poderiam ser mais de modo a complementar a informação. Nos TH’s e peças jornalísticas era necessário colocar ainda o nome e cargo da pessoa entrevistada, no “Destaque de duas linhas”.

Numa fase inicial do estágio foi dada uma breve formação pelos jornalistas da estação acerca da utilização dos programas detalhados acima. Ao longo do mesmo, o acompanhamento na redação era contínuo e havia sempre uma supervisão por parte dos coordenadores e jornalistas na redação nas tarefas que realizava. Só depois da aprovação por parte dos mesmos, é que os conteúdos iam “para o ar”. Este auxílio por parte dos profissionais já experientes, permitiu adquirir e colocar em prática todos os elementos essenciais na produção de conteúdos televisivos. (Anexo 11)

3.3. Tarefas realizadas no terreno

Numa primeira fase do estágio, as saídas para o terreno eram feitas a acompanhar os jornalistas experientes do canal. Perante esta observação, era possível analisar e adquirir de perto todo o trabalho que envolve a deslocação até à notícia, assim como que procedimentos um jornalista deve seguir perante as situações. O trabalho de campo era iniciado na redação, a partir da agenda que era enviada a todos os jornalistas no dia anterior. Na agenda, elaborada e enviada pelos produtores, constavam todas as saídas do dia, assim como a que jornalista e repórter de imagem estava encarregue determinada tarefa, além disso, era devidamente identificado o local, a hora de saída do canal e do início do evento, assim como um breve resumo e contextualização acerca do que se tratava,

“(…) O mesmo acontece com os 58 serviços da responsabilidade dos jornalistas do Dragão, a que se dá o nome de agenda flash. Desta forma, cada tarefa atribuída às delegações é representada por diferentes cores, entre elas está Lisboa, denotada a cor-de-rosa, Vila Real, demarcada a amarelo, e Braga, refletida a cor-de-rosa choque. Já os conteúdos do FC Porto estão evidenciados a azul, bem como os nomes dos jornalistas do digital.” (Valente, 2023, p.58)

Nas primeiras semanas, acompanhei jornalistas profissionais em algumas ocasiões: a primeira saída, a 6 de outubro, foi a dois locais diferentes, iniciando a manhã a gravar conteúdo para o bloco informativo sobre a greve das finanças, tendo-me depois deslocado á feira de santana, para observar os diretos para o programa Ordem do Dia, sobre o tema regionalização. Ao todo, ao longo do programa de 1 hora, a jornalista fez 3 diretos e 2 falsos-diretos. A 9 de outubro, acompanhei também outra jornalista num serviço sobre abertura de um centro de cultura do politécnico do Porto no Marquês de Pombal, na qual a profissional teve de gravar um falso-direto e conteúdo para peça jornalística. No dia seguinte, acompanhei outro jornalista numa conferência sobre um sistema de videovigilância nas florestas para a prevenção de incêndios, em Braga. Na qual foi feito também um falso-direto e a recolha de material para a elaboração de uma peça. A 13 de outubro tive o primeiro contacto com o que se diz ser “a emoção de um direto” e tudo o que está por trás do mesmo, em eventos de grande cobertura mediática. Neste dia acompanhei um jornalista numa conferência no Auditório Municipal de Gondomar, na qual foram apresentadas a 4 novas linhas do metro do Porto. No evento estiveram presentes António Costa, na altura ainda primeiro-ministro, e o Ministro do Ambiente, Duarte Cordeiro, entre outras figuras de destaque para o evento. Observar toda a dinâmica em volta de evento que em estavam presentes os vários canais, permitiu ter outra perceção acerca de tudo o que envolve o jornalismo televisivo “por detrás das câmaras”. Foi-me possível acompanhar o direto da chegada dos ministros ao auditório, assim como toda a conferência que foi também transmitida e no final, as entrevistas que o jornalista do canal fez a três dos elementos presentes na conferência. A última saída que fiz a acompanhar um jornalista, numa fase de observação, foi a 17 de outubro, na sé do Porto onde iria decorrer um festival de música de órgãos. Quando regresssei à redação, como forma de treino, tive de elaborar uma peça sobre esse mesmo evento que fui acompanhar. A peça que fiz serviu como forma de avaliação para a Coordenadora Geral de Conteúdos entender o nível de conhecimento que já tinha adquirido até à data, e se estava apta para sair em

reportagem de forma independente, apenas com o repórter de imagem, assim como para elaborar peças jornalísticas de determinados eventos que passassem posteriormente nos Blocos Noticiosos. Depois de verificada a minha evolução até à data, tive a aprovação de que as restantes saídas para o terreno seriam por conta própria, incumbindo-me a mim a função de assumir o papel de jornalista. Todas as saídas que acompanhei me permitiram entender toda a dinâmica que acontece no terreno, assim como de que forma é construída a relação dos profissionais do jornalismo com as fontes, além do mais, permitiu ter inclusive a perceção da agilidade e da adaptação instantânea que é necessária no caso de imprevistos que surjam no serviço, quer nos horários, locais, problemas técnicos ou até mesmo na condução das entrevistas. Cabe ao jornalista conduzir da melhor forma a situação em prol do bom sucesso na recolha de informação que necessita, sendo este o elo entre o público e as notícias.

Perante todo o conhecimento adquirido, foram-me atribuídas inicialmente algumas peças à redatora, de modo a aprimorar o meu desempenho na elaboração dos textos jornalísticos, na edição do audiovisual, assim como na sonorização, no que respeita à colocação de voz. Diariamente recebia a agenda, tal como já referido, e tinha sempre em atenção que tarefas me eram atribuídas e se alguma delas incluía uma saída em reportagem. (Anexo 12) Quase a terminar o primeiro mês de estágio, a 27 de outubro, tive então a oportunidade de experienciar o contacto direto com a notícia no terreno. Este evento que cobri decorreu nos Paços do Concelho e tratava-se de uma ação comemorativa dos 900 anos da carta do foral do Porto. Foi neste primeiro evento que fiz as primeiras entrevistas referentes ao estágio no Porto Canal, nas quais entrevistei o Presidente da Câmara Municipal do Porto, Rui Moreira, e João Bento, Diretor executivo dos CTT. Este primeiro contacto, tendo sido logo numa primeira instância com figuras de estatuto, realçou, pelas circunstâncias em si, a seriedade e responsabilidade no trabalho que me foi incumbido. O processo para a realização do mesmo, começou numa primeira fase, na redação, através de uma preparação prévia acerca do tema do evento. Perante esta contextualização, estruturei algumas perguntas, para conduzir a entrevista, que respondessem a determinados pontos que fossem de interesse público. Nesta primeira saída ao terreno, todas as perguntas foram revistas por um coordenador. Chegando ao local, acompanhei a cerimónia comemorativa tirando notas do que poderia ser relevante para dar em OFF na peça que iria elaborar, tendo posteriormente

realizado as entrevistas das quais retirei os TH's, que complementaríamos o meu trabalho. Entrevistadas as fontes e recolhida a informação necessária no local, o trabalho continuaria na redação, onde finalizava as peças para passarem nos Blocos Noticiosos. Por norma, todas as peças que me eram atribuídas quando saía, constavam na agenda como "Peça para a Tarde Informativa". No caso, a peça tinha de estar pronta antes das 18:30, e ser revista por um profissional antes de ser emitida. Quando não passava na Tarde Informativa, era encaixada em outro alinhamento dos restantes blocos informativos. Era então na redação, que era iniciado, assim como terminado todo o trabalho que envolvia uma saída em reportagem. Como já descrito no ponto anterior, o *Adobe Premiere* é a ferramenta fundamental para a edição das peças. Nesta plataforma conseguia aceder aos conteúdos captados na saída que eram posteriormente transferidos para a minha pasta de estagiária pelo repórter de imagem quando chegávamos ao canal. O meu processo de montagem da peça, passava inicialmente por exportar e ouvir as entrevistas para cortar apenas o essencial para a peça, tendo sempre em atenção o tempo, que não podia ser demasiado extenso e sendo assim aproveitado da melhor forma, com informação dos entrevistados que complementasse o meu texto. Cortados os TH's, passava para a escrita, elaborando um texto jornalístico para a peça que intercalasse os OFF'S com os TH'S, regra geral este começava sempre com um OFF e terminava com outro OFF. Depois de revisto o texto, passava para a sonorização do mesmo na sala de captação de voz, onde repetia várias vezes a dicção procurado sempre alcançar uma melhor colocação de voz com o passar das peças. Com o áudio, os TH's e as imagens para "pintar", já me era então possível estruturar a versão final da peça, havendo alguns formatos específicos a ser seguidos, como por exemplo a nível do som. Por norma, a voz dos TH's, assim como a minha voz, era colocada na faixa do A1 (áudio 1) e deveria estar entre os valores 6-12, sendo que o áudio ambiente das imagens deveria estar numa segunda faixa A2, com valores entre 36 e 42 (o mesmo acontecia nos OFF's). O áudio do OFF era acompanhado pelas imagens recolhidas que "pintavam" a peça, sendo intercaladas com os cortes das entrevistas. Havia sempre o cuidado de não ter nenhuma falha, o chamado "negro", assim como deixar sempre um intervalo de alguns segundos no começo e início da peça, não começando logo com o áudio, para dar tempo de colocar na emissão sem falhas. No final da construção da peça, esta era mais uma vez verificada por um responsável, só depois sendo possível exportá-la. Para a

exportação, era necessário dar o “in” e o “out” no começo e fim da mesma, transferindo-a depois para o “*Dalet News*” em formato XDComEx1080i (obrigatório no canal, senão não era possível ser transmitida). No *Dalet Galaxy*, o programa base da estação, colava o texto da peça na faixa referente a esse conteúdo, e “puxava” o vídeo para essa janela, na qual escrevia também uma sugestão de texto introdutório da peça para o pivot dar, seguindo-se do conteúdo audiovisual. Era também importante não esquecer os oráculos, que eram responsabilidade de cada jornalista e estagiária que faziam as suas peças, uma vez que sabiam melhor que conteúdo colocar em oráculo. Este procedimento era feito no “X1”, como chamado na redação.

Nem sempre que saía para o terreno trazia conteúdo suficiente para peça, algumas das vezes, apenas eram dados uns TH’s ou OFF+ TH acerca do tema ou evento que ia cobrir. Contudo, de um ponto de vista pessoal, fazer as peças das minhas saídas em reportagem era o mais vantajoso do estágio pois permitia adquirir todos os conhecimentos, ferramentas e técnicas que um jornalista carrega no quotidiano profissional. Toda esta evolução foi notória desde a minha primeira saída até à última. Realçando as principais mudanças sentidas: A primeira era na preparação, numa fase primária sentia necessidade de escrever e decorar as perguntas das entrevistas, sendo que posteriormente se tornou algo tão natural que pessoalmente comecei a preferir apenas ler previamente sobre o que se tratava o assunto e fazer apenas as questões na hora, improvisadas, e colocadas conforme o rumo da entrevista. Comecei a levar as entrevistas como uma “conversa” como se me colocasse no papel de espectadora, perguntando a mim mesma “O que gostaria de saber sobre este tema se estivesse a ver televisão em casa? O que é importante?” E assim foi. Passou a não existir um guião prévio, o que contribuiu para a minha evolução no que respeita ao “à vontade”, e à adaptação às situações que um jornalista precisa de ter em campo. No que respeita à parte técnica, já na redação, houve ainda três mudanças particularmente sentidas. A minha escrita para televisão foi aprimorada, sendo os textos das peças escritos cada vez mais facilmente e aprovados, quase de imediato, pelos coordenadores. Não havendo, portanto, grandes alterações no texto, o que demonstrava que ia cada vez mais ao encontro do pretendido. Também a gravação de voz melhorou, sendo que ao longo da realização das peças senti que a minha voz “de jornalista” foi-se adaptando gradualmente, sendo-me mais fácil para mim colocá-la mediante a entoação necessária

(numa fase inicial tinha dificuldade em como acabava a peça, sendo necessário descer o tom). Juntando a estas mudanças, a minha edição das peças tornou-se mais desenvolvida, sendo que no começo demorava cerca de 2/3 horas a editar, o que depois se tornou cerca de 1 hora, ou por vezes, dependendo da extensão da peça, menos tempo. Tive a confirmação desta evolução perante o feedback dos profissionais do canal que me davam cada vez mais autonomia, confiando no meu trabalho e atribuindo-me diversas tarefas, entre elas, as saídas para o terreno, que eram para qualquer estagiária, o maior voto de confiança, uma vez que enquanto “jornalista estagiária” representava o canal nessas situações.

No total desenvolvi 24 reportagens, sendo 16 delas peças à redator e 8 delas em saídas para o terreno (no caso, houve mais saídas, mas nem todas deram peça como já mencionado).

Data	Local	Duração	Género Jornalístico	Temática
05-10-2023	Peça à Redator*	3:10	Peça Jornalística	Cães ajudam no combate ao stress no ICBAS
19-10-23	Peça à Redator*	1:48	Peça Jornalística	Primeiro-Ministro britânico em Gaza
24-10-2023	Peça à Redator*	2:00	Peça Jornalística	Alto Minho recebe menos 3 milhões do que esperava
26-10-2023	Peça à Redator*	0:58	Peça Jornalística	Grandes empresas representam metade das exportações
27-10-2023	Paços do Concelho, Porto 12h00	2:13	Peça Jornalística	Município do Porto e CTT apresentam selo comemorativo dos 900 anos da carta de foral do Porto
31-10-2023	Peça à Redator*	2:08	Peça Jornalística	Inauguração do centro europeu de Cloud Security Portugal
01-11-2023	Fórum da Maia, 10h30	2:24	Peça Jornalística	World Press Photo 2023
13-11-2023	Peça à Redator*	2:33	Peça Jornalística	Valpaços queda colheita da azeitona
16-11-2023	Peça à Redator*	1:26	Peça Jornalística	David Cameron visita Kiev
17-11-2023	Hospital da Prelada, Porto, 09h00	2:37	Peça Jornalística	Prosseguem ações de denúncia pública da situação das cantinas
20-11-2023	Peça à Redator*	2:20	Peça Jornalística	Instituições de solidariedade em dificuldade
22-11-2023	Peça à Redator*	2:43	Peça Jornalística	Mirandela organiza cordão humano em protesto pelo encerramento da cirurgia geral
29-11-2023	Peça à Redator*	2:49	Peça Jornalística	Conflito Israel-Hamas novidades
30-11-2023	Sede do SPN, Porto, 11h00	2:20	Peça Jornalística	CI do sindicato dos professores do Norte
05-12-2023	Auditório Núcleo Regional Norte, Liga Portuguesa contra o cancro, Areosa, 10h00	2:36	Peça Jornalística	Núcleo regional do Norte da Liga Portuguesa contra o cancro homenageia 78 voluntários
08-12-2023	Paranhos, 10h45	2:02	Peça Jornalística	66ª Edição da Volta a Paranhos conta com 2500 participantes
12-12-2023	Peça à Redator*	3:22	Peça Jornalística	Chega ao fim a 28ª Conferência Das Nações Unidas Sobre As alterações climáticas
14-12-2023	Brasmar SA, Und. Ind 2, Famalicão e Brasmar, Comércio de Prod. Alimentares, SA, Trofa, 10h00	3:35	Peça Jornalística	Bacalhau no Natal dos portugueses
22-12-23	Edifício do Projeto Aprende +, Vila Nova de Gaia, 11h30	2:09	Peça Jornalística	Alfredo Maia reúne com movimento de utentes dos serviços públicos
26-12-2023	Peça à Redator*	2:18	Peça Jornalística	Pai mata família em França
28-12-2023	Peça à Redator*	1:32	Peça Jornalística	20 Mil doentes sem consulta de saúde mental
29-12-2023	Peça à Redator*	3:15	Peça Jornalística	Feriados e Pontes em 2024
02-01-2024	Peça à Redator*	2:25	Peça Jornalística	Avião em chamas no aeroporto de Tóquio
03-01-2024	Peça à Redator*	2:27	Peça Jornalística	Ponto de situação das pistas incêndio queda de avião no Japão

Tabela 3- Descrição das peças jornalísticas realizadas em período de estágio

* “Peça à Redator”: Peça construída através da consulta de fontes viáveis que fornecem as informações e o material necessário para a construção da mesma.

São diversos os casos em que um jornalista tem de construir uma peça à redator, ou seja, a partir da redação. Tal como descreve Valente (2023, p.60), exemplo disso, “são as notícias internacionais e acontecimentos de última hora, em que o profissional não se consegue deslocar para o terreno. Nestes casos, o arquivo do Porto Canal tem sempre disponíveis imagens alusivas ao tema em causa, para que o jornalista consiga editar a reportagem.”

Perante as minhas saídas para o terreno, destaco particularmente a peça “Bacalhau no Natal dos Portugueses” no dia 14 de dezembro de 2023. (Anexo 13) Esta reportagem foi característica da época natalícia na qual tive a oportunidade de acompanhar “todo o processo do bacalhau até chegar indústrias comerciais”. Foi uma reportagem bastante completa, com várias entrevistas, que me deu muito gosto de realizar e me permitiu ter outra visão acerca de todo o procedimento envolvendo o Bacalhau, um ingrediente que é tão português. Contudo, todas as peças, à redatora ou no terreno, me foram vantajosas e se tornaram uma agradável experiência a nível profissional, contribuindo também para o meu desenvolvimento pessoal. Reconheço que as saídas em reportagem, foram sem sombra de dúvida, a minha tarefa predileta no decorrer do estágio entre outubro de 2023 e janeiro de 2024. Além disso, no mês de novembro acompanhei a partir de uma redação uma crise política no governo, que resultou na destituição de António Costa de Primeiro-Ministro. Este tema foi líder nos conteúdos mediáticos, permitindo-me observar de que forma uma estação televisiva se reorganiza perante uma notícia de última hora de tal dimensão, reestruturando totalmente a sua grelha de programação e acompanhando a informação ao minuto.

Tudo isto, permitiu-me ter, de facto, uma experiência real do que é um jornalista no mundo televisivo. (Anexo 14)

4. Estudo de Caso

4.1. O Porto Canal como palco de representação das Identidades Culturais

Ao longo desta investigação evidencio continuamente a relevância da televisão, principal meio difusor de informação, na preservação, transformação, formação e

representação das identidades culturais. Uma das manifestações mais significativas deste facto é a forma como um canal de incidência local e regional, em particular o Porto Canal como principal objeto de estudo deste caso, atua como mostruário para a cultura popular, promovendo as tradições, valores e expressões de uma determinada comunidade para que estas ganhem a visibilidade e reconhecimento que não têm em outros meios de comunicação.

Embora tenha feito anteriormente uma definição abrangente do que é a cultura, entendendo-a como um conjunto de práticas e elementos simbólicos que caracterizam e distinguem um grupo social ao longo do tempo, torna-se necessário para a metodologia que se segue, fazer uma breve definição do que é a cultura popular e da folkcomunicação, representada pelo Porto Canal no que toca à questão da representação das identidades. Simplificando, podemos ver a cultura popular como qualquer elemento simbólico que uma comunidade produz e no qual participa ativamente de modo a manter a sua continuidade no tempo. “É transmitida pelos antepassados, mas não é imutável, pois passa por constante transformação em contato com outras culturas.” (Macedo, 2018, p.239) Icomos (2002) considera que a cultura é poderosa:

“(…) pela sua expansão no meio da comunidade, onde existe uma mistura de costumes e que promove a identidade de cada povo. Sem cultura uma comunidade não existe porque a sua natureza está baseada na cultura pois a cultura define um povo.” (ICOMOS, 2002)

A cultura popular está vivamente associada ao conceito de folclore e à tradição de uma comunidade. “Falar sobre folclore é falar de todas as manifestações culturais populares de um povo” (Bonin, 2021, p. 89). Para Cascudo (2013, p. 24) o folclore “é a cultura do popular, tornada normativa pela tradição. (...) O folclore estuda todas as manifestações tradicionais na vida coletiva”. É o conjunto de criações culturais de uma comunidade, baseado nas tradições e apresentado tanto individualmente como coletivamente, representando a identidade de determinado grupo social. A comunicação apoiada na cultura popular gerou o conceito de *folkcomunicação* (Luiz Beltrão, 1980), que Amphilo (2011, p.200) acredita ter impacto no “desenvolvimento regional, inclusão e transformação social” se for desenvolvido através de um meio de comunicação que se preocupe com a comunidade e “promova as festas populares e religiosas, visando a projeção mediática e a partir dessa projeção, desencadeie outros processos, como

a procura pelo turismo religioso, cultural, regional, movimentando a economia das cidades.” Em concordância com esta teoria, Lima (2007, p. 75) entende que é nos locais e regiões que se iniciam as mostras folkcomunicacionais, e a apropriação dessa cultura popular pelos meios de comunicação pode ser compreendida pelo conceito *folkmedia*. Nesta perspectiva, Woitowicz (2012) defende que:

“A folkcomunicação (...), ao se basear na cultura e na comunicação popular, permite aprofundar o debate sobre jornalismo cultural e cultura popular, possibilitando reflexões centradas na relação entre a comunicação de massa e as manifestações que configuram a identidade dos grupos e comunidades, na perspectiva da folkmedia.” (Woitowicz, 2012, p. 2)

Assim, percebemos mais uma vez o impacto dos media na identidade cultural, ao salvaguardarem a cultura tradicional e popular, enquanto expressão cultural, para as comunidades. A evolução da identidade cultural de um povo depende desta preservação e “da importante compreensão de que todos nós vivenciamos e sentimos o folclore no nosso quotidiano”. (Bonin, 2021, p.91) Neste sentido, é um tema que deve ter lugar nos alinhamentos televisivos porque é esta identidade que caracteriza os diferentes espectros de uma audiência, e que define quem é quem, o que caracteriza e distingue o indivíduo, que é por vezes, além de espectador, também uma fonte jornalística. É aqui que entram as emissoras locais e regionais, como palcos de representação dessas identidades, ao permitirem a “intercomunicação e autoidentificação da comunidade em que atua” e também ao estimularem “a formação de consciências”, revalorizando a cultura local. É neste ponto que assenta mais uma vez a relação do meio de comunicação com o público, destacando o elemento da proximidade, que neste sentido vai além da área geográfica, e se assume através da cultura, com a qual o telespectador se identifica. Torna-se um facto que “um veículo regional precisa ter vocação regional”, o que significa que “deve dar destaque aos acontecimentos da região em que se insere e ter compromisso com o seu público”. Teixeira (1999, p. 29 apud Cabral, 2006, p. 1) Estes acontecimentos devem também incluir também a valorização da cultura da área de cobertura que abrange, através da divulgação de elementos de identidade cultural, como o folclore, a história e património, a arte, costumes e técnicas, religião e crenças, manifestações festivas, práticas desportivas, a gastronomia, a língua, o vestuário, entre uma série de fatores que formam o “verdadeiro modo de ser” (Hall, 2006, p.22) de uma comunidade. Segundo Dias

(2006, p. 58) uma das melhores formas de representar as identidades locais e regionais é através destas manifestações culturais, que são preservadas de modo a “reverenciar o passado e preservar a identidade cultural dessa população”. Contudo, embora sejam associadas ao passado, foram com o passar dos anos adquirindo características “que as tornaram elementos dinâmicos da cultura popular”, progressivamente modernizada mediante as interações sociais partilhadas pela comunidade com o tempo, o mesmo acontece no contemporâneo. Assim, “a identidade também sofre transformações na medida em que se vai construindo, caminhado para o futuro sem esquecer o passado.” (Pedro & Dias, 2008, p.12)

Neste prisma, observamos que Porto Canal, enquanto canal televisivo, não se limita a divulgar a cultura popular, mas também fortalece o sentimento de pertença e a identidade coletiva dos habitantes do Porto e das regiões circundantes em que atua. Através da construção dos alinhamentos, o canal reforça a importância da cultura popular no contexto da globalização, tornando-se palco para os elementos simbólicos serem representados, como “práticas, obras e valores culturais das classes e dos meios populares.” (Ander-Egg, 1999, p.44). Como mencionam Rebelo e Teixeira, “a cidade do Porto tem uma história ligada à resistência ao centralismo e reivindicação da identidade local. Para se afirmar, o Porto tem de ganhar força política, económica e comunicacional”. Nesta ordem de ideias, o Porto Canal procura responder “a alguns imperativos de interesse local e também de projeção de particularismos e singularidades da região” (Rebelo & Teixeira, 2014, p. 1-2) Assim, para o Porto Canal, “mais do que estar no local e do que cobrir toda a região geograficamente, importa que os assuntos que são motivo de reportagem tenham uma abordagem regional ou local”. (Dias, 2012, p.77) Para esta atuação, o jornalista Hugo Costa defende que:

“Num órgão de comunicação social de âmbito regional, como é o caso do Porto Canal, é desejável que exista um conhecimento da realidade geográfica, socioeconómica e política da região em que o órgão se insere. Convém que o jornalista conheça os principais protagonistas, os problemas mais prementes, as carências e valências, as ânsias da população, entre tantas outras variáveis da realidade regional.” (Hugo Costa, 2024, apêndice 1)

Com uma linha editorial que o diferencia dos restantes meios de comunicação, o Porto Canal procura assim “fazer coisas diferentes, mas não deixa de fazer os assuntos importantes que os outros fazem” embora afirme sempre a relevância de temas que interessam mais para a construção da programação, exemplos são “a

Descentralização/Regionalização, Problemas de insegurança na cidade do Porto, a questão do IMI das barragens do Douro e muitos outros”. Nesta perspetiva, os profissionais da estação, responsáveis por assegurar uma audiência informada, definem o trabalho jornalístico realizado no canal desta forma: “É como se olhássemos para a região através de uma lupa, tentamos ir mais longe e perceber quais os assuntos que mais interessam às populações.” (Ana Rita Bastos, 2024, apêndice 3)

Em concordância, Daniela Assunção, encarregue da coordenação geral da Informação, menciona que a definição de temas para a criação de conteúdo noticioso, é determinada em função da linha editorial do canal, que se guia por elementos-chave como “proximidade, temas eixo como regionalização e/ou descentralização e território e também grau de importância”. Por isso, “sempre que os temas são sobre local/regional”, o Porto Canal procura “dar mais visibilidade do que outros assuntos”. Assim, “tudo o que seja festivais da região, peças de teatro que marcam a temporada, exposições relevantes para a região, etc... merecem espaço em reportagem.” (Daniela Assunção, 2024, apêndice 2) Nesta entrevista, a profissional pela qual passa toda a criação dos blocos noticiosos menciona a preocupação do Porto Canal em ser um palco de representação das identidades, ao tentar “dar voz a instituições e organismo que perdem relevância noutros canais nacionais.” Através dos blocos noticiosos, Manhã, Tarde e Noite Informativa, o canal procura noticiar uma variedade de temas que sejam apelativos à audiência, ou que a afetem diretamente. Embora o canal defina esta audiência como “muito heterogênea”, é de notar que os principais espectadores se encontram próximos geograficamente do canal, abrangendo essencialmente as áreas em que este atua.

É aqui que entram as narrativas jornalísticas com elementos de identidade cultural que conectam o público com as suas raízes locais, ao promover este sentido de proximidade. Na construção diária da Informação que é transmitida pelo canal, “a Cultura, como qualquer tema é super importante para os alinhamentos de jornais, porque serve para dar um respiro das “más” notícias que compõem a maioria dos alinhamentos.” As peças com presença de cultura popular aparecem principalmente nas tardes informativas, “mais ou menos a meio do jornal (...) sempre de forma estratégica para quebrar temas.” Contudo embora sejam peças que seguem a linha editorial do canal e interessam ao público pelo fator da identificação, Daniela Assunção no que respeita aos temas que dão

abertura aos blocos noticiosos, considera que “Abertura por si só como peça de cultura, não dá para abrir um jornal”. Contudo já houve exceções, em cultura já abriu os jornais do Porto Canal, “por exemplo, quando a Seiva Trupe perdeu os apoios do Governo”. (Daniela Assunção, 2024, apêndice 2) Embora não sejam recorrentemente temas de abertura na Informação do canal, é nos blocos noticiosos, em particular na Tarde Informativa como mencionado pela jornalista, que as narrativas com foco na identidade cultural ganham espaço, recebendo aqui um critério de diferenciação uma vez que não são exploradas em outros meios. No caso, são precisamente estas peças específicas que distinguem o Porto Canal dos restantes canais. Neste sentido, a estação revela a sua preocupação para com a representação das identidades, considerando a importância de as manter “para ajudar a preservar costumes, tradições e memórias”. A jornalista dá exemplos de casos específicos que o Porto Canal procura cobrir neste campo: “Tentamos fazer sempre em destaque o Carnaval dos Caretos, A Semana Santa em Braga, o Fantasporto ou a exposições em Serralves, para ajudar a manter essa identidade cultural (...)” Além destes, a jornalista dá outros exemplos, “O Carnaval de Ovar é recorrente”, assim como a “Noite Branca de Braga, peças de Teatro no Teatro Nacional de São João ou Theatro Circo.” No que respeita à região do Porto em si, há também peças jornalísticas que são quase obrigatórias no alinhamento durante a temporada em que decorrem, o canal olha “com especial atenção para as festividades do São João, para a viagem Medieval, O São Pedro e o Santo António.” (Daniela Assunção, 2024, apêndice 2)

Através do acompanhamento destes eventos, e posteriormente da criação e transmissão destas narrativas jornalísticas para o público, o Porto Canal evidencia a relevância do tema da identidade cultural no seu setor informativo, como forma de “mostrar as diferenças, aquilo que define determinado local.” Neste sentido, a identidade de uma região é coberta e representada de diversas formas, podendo ser “uma festa, tradição ou simplesmente algum elemento etnográfico.” Os jornalistas, encarregues de produzir estes conteúdos que preenchem os alinhamentos, consideram que a Região Norte “é rica na produção de elementos distintivos, tradições, pagãs e cristãs”, e nesta perspetiva, entendem a responsabilidade que lhes compete “em muitos momentos” de “ajudar na divulgação e preservação dessas marcas distintivas”. (Ana Rita Basto, 2024, apêndice 3)

4.2. Metodologia

Tendo em conta o que foi explorado no subcapítulo anterior e atendendo a alguns exemplos já mencionados, surge a necessidade de perceber efetivamente como o Porto Canal nos transmite elementos de identidade cultural de acordo com o seu enfoque e como os blocos informativos e a função noticiosa participam deste processo. Embora faça uma cobertura ampla na Informação, incluindo nos alinhamentos as notícias que impactam o nacional e internacional, o foco é sempre regional, privilegiando assim as principais áreas de cobertura do canal: Zona Norte (Alto Minho, Cávado, Ave, Área Metropolitana do Porto, Alto Tâmega, Tâmega e Sousa, Douro e Trás-os-Montes) e Zona Centro (Baixo-Vouga, Dão-Lefões). (Fig. 5 e 6, p.57) Neste sentido, torna-se evidente que grande parte das peças jornalísticas emitidas pelo canal sejam de cariz regional e local, através da prática de um jornalismo de proximidade, o mesmo acontece no que se refere às reportagens de cultura popular.

Considerando esta série de elementos e refletindo sobre eles, torna-se relevante para o presente relatório aferir, no campo definido, “De que forma é que o Porto Canal contribui como fator de coesão de identidade cultural?”. Para responder à pergunta de partida, mostra-se pertinente a aplicação de uma investigação de natureza qualitativa, centrando-se num estudo de caso com uma abordagem multi-metodológica, através da utilização de técnicas de recolha e análise de dados como a análise de conteúdo e do discurso, amparada por uma série de entrevistas colocadas a profissionais do canal (Daniela Assunção- Coordenadora Geral de Informação, Ana Rita Bastos- Coordenadora de Conteúdos Diários e Hugo Costa- Jornalista) para complemento e validação da informação, como tem vindo a ser aplicado ao longo deste capítulo. Face à escolha da presente metodologia, entende-se que esta será uma pesquisa exploratória e explicativa, desenvolvida mediante a identificação de elementos de identidade cultural na amostra e a sua respetiva categorização e análise, e não tem a ambição de ser um trabalho exaustivo de âmbito etnográfico.

Através da aplicação e combinação dos métodos de pesquisa eleitos, pretende-se confirmar ou invalidar duas hipóteses de trabalho, que se apresentam como “respostas provisórias à pergunta de partida” (Campenhoudt & Quivy, 1992, p.138), definidas a priori para delinear o que se pretende verificar face à questão central da investigação:

H1) O Porto Canal atua como um espaço de representação para histórias e narrativas

locais que podem não ter visibilidade em canais de âmbito nacional; **H2)** As peças jornalistas de algumas temáticas locais contribuem como elementos de coesão e identidade cultural. Posteriormente, após a discussão dos resultados provenientes da análise da amostra, torna-se possível “testar as hipóteses, confrontando-as com os dados da observação” (Campenhoudt & Quivy, 1992, p.120), de modo a tentar obter respostas conclusivas. Para obter os dados necessários que respondam à linha orientadora da metodologia descrita, foi realizada uma pré-análise nos alinhamentos que constam no programa *Dalet Galaxy* entre as datas de 2 de outubro a 3 de janeiro (período de estágio). Numa fase inicial esta pré-análise foi feita através da observação do alinhamento diário dos três blocos noticiosos do Porto Canal (Manhã Informativa, Tarde Informativa e Noite Informativa) com o intuito de identificar conteúdos jornalísticos que possuíssem elementos de identidade cultural. Esta análise foi posteriormente circunscrita a apenas um dos programas, tendo em conta que, segundo a entrevista feita à Coordenadora Geral de Informação, “as peças com presença de cultura popular aparecem principalmente nas tardes informativas”, sendo estas peças as necessárias para formar a amostra. (Daniela Assunção, 2024, apêndice 2) Neste sentido, a amostra compreende 15 conteúdos da Tarde Informativa, um dos espaços de informação do canal, que emite as “notícias que estão a marcar a atualidade.” (Porto Canal) O programa inicia a emissão às 18h30 e acaba às 19h40, contudo o horário pode sofrer alterações mediante as transmissões de jogos do FC Porto. Nestas exceções a grelha de programação é reformulada e a transmissão é mais cedo, das 17h30 às 18h30. Os conteúdos recolhidos foram todos emitidos em Tardes Informativas diferentes, sendo que, divididos entre géneros jornalísticos, 13 são peças jornalísticas (reportagens) e 2 são OFF's, transmitidos mais precisamente entre os períodos de 12 de outubro e 29 de dezembro do ano 2023. “Na reportagem, o género jornalístico por excelência, o objetivo é aprofundar a informação”, sendo que as reportagens temáticas em questão se inserem nesta perspetiva de aprofundamento do prisma de análise. O OFF, por sua vez, corresponde às notícias que são “lidas pelo apresentador do noticiário”, podendo conter, ou não, imagens a ilustrar a informação que é dita. (Cerqueira & Lima, 2020, p.7 *apud* Lopes, 1999)

Os materiais fornecidos para a amostra utilizados na análise de dados foram facultados pelo arquivo do Porto Canal, localizado no Centro de Produção do Dragão. Trata-se de

conteúdos que estão presentes nos alinhamentos dos espaços de informação do canal, além da Tarde Informativa, aparecem repetidos também nos restantes blocos (Manhã Informativa e Noite Informativa) uma vez que muitas das peças e OFF's são dados mais do que uma vez no dia, e por vezes, no dia seguinte. O material selecionado é, por isso, fidedigno e representativo para a análise de dados e a respetiva discussão de resultados. De destacar ainda, que na seleção e recolha dos conteúdos houve o particular interesse em selecionar também reportagens de autoria própria que se enquadrassem no objetivo da questão, facultando assim um complemento à exposição do trabalho desenvolvido enquanto jornalista estagiária no Porto Canal. Desta forma, evidencio que 4 das peças jornalísticas selecionadas para amostra são de minha autoria.

Por conseguinte, o presente estudo de caso desenvolve a análise de conteúdo e do discurso com base nos conceitos definidos e integra fatores como a tipologia dos elementos de identidade cultural (p.74) e a sua respetiva identificação e explicação nas narrativas das peças jornalísticas e OFF's.

“O jornalismo narra a sociedade para a própria sociedade, por meio de um texto construído a partir de elementos exteriores ou anteriores, como a história, o senso comum e a cultura. A análise de discurso procura identificar onde esses elementos estão inseridos nessa linguagem (...)” (Steffen & Filho, 2017, p.17)

Olhando para a escrita televisiva, refletida no discurso do OFF, os jornalistas consideram ser “sempre importante haver uma contextualização do objeto da reportagem”. Embora a editoria da cultura não seja considerada hard news, “deve haver sempre a preocupação de encontrar dados novos, mais atuais, e priorizá-los no texto jornalístico”. Usando o exemplo das peças culturais, “o jornalista pode sempre tentar procurar elementos interessantes que extrapolam da exposição, do evento ou do espaço que está a ser coberto para a realidade regional”, recorrendo aqui por exemplo ao discurso do som e da imagem, ou até mesmo das fontes, para alterar a dinâmica da reportagem. (Hugo Costa, 2024, Apêndice 1) Contudo,

“Não podemos esquecer que o discurso jornalístico deve ser factual, objetivo e claro. Ainda assim, há determinados tipos de peças que podem - e devem - recrutar o lado mais criativo do jornalista e da escrita jornalística. Peças que se insiram na “editoria” de cultura são um bom exemplo de um teste à criatividade jornalística. Em televisão, essa criatividade pode ser explorada de variadíssimas formas, desde o encadeamento das imagens e dos sons, até à própria escrita do texto, que pode incluir jogos de palavras, metáforas ou mesmo expressões mais “regionais””. (Hugo Costa, 2024, Apêndice 1)

Sumariamente, entende-se que as variáveis expostas no presente subcapítulo se mostram relevantes para a investigação, tendo em conta a relação da estação televisiva do Porto Canal com as regiões, enquanto representante das suas identidades culturais nas variadas formas de manifestação.

4.3. Análise de Dados e Discussão de Resultados

A presente análise incide sobre uma amostra de 15 conteúdos audiovisuais, 13 peças jornalísticas e 2 OFF's, transmitidos na Tarde Informativa do Porto Canal. Numa fase inicial da análise foi elaborada uma tabela com 6 parâmetros: “Título; Data; Duração; Género Jornalístico, Cobertura, Tipificação dos Elementos de Identidade Cultural”. A partir do título atribuído às peças já é possível entender de forma global do que se trata a mesma, contudo, torna-se sobretudo necessário ler o discurso do OFF para entender de que forma esta se insere na categoria da cultura e na questão da representação das identidades. Feita uma leitura primária, é de notar que a última variável se mostra fundamental para evidenciar a presença de Elementos Culturais nas reportagens eleitas e de que forma estes são manifestados, partindo do princípio de que podem ser através do folclore, a história e património, manifestações artísticas e musicais, tradições, religião e crenças, manifestações festivas, práticas desportivas e gastronómicas, elementos de agregação, passagens de testemunho, etc... Manifestações culturais entendidas a partir da definição do conceito de cultura, abordado na revisão de literatura mediante as perspetivas de diversos autores. Tal como a tabela seguinte comprova, a tipologia segundo a manifestação dos elementos de identidade cultural foi necessária para ter conhecimento da variedade de conteúdos referentes ao tema central da questão que o Porto Canal cobre. Para os jornalistas da estação, embora se assuma como um canal generalista, é sobretudo uma “televisão com sotaque do Norte” e neste sentido “o modo de ser e de viver da população e o dia-a-dia da região acabam por ter reflexo na informação que é produzida” e aqui se verifica mais uma vez, a intenção do canal em privilegiar “as notícias que mais rapidamente criam empatia e interesse no público”, ou seja as notícias mais próximas dos seus interesses, o que não implica diretamente uma proximidade geográfica, como acontece nas de incidência nacional. (Hugo Costa, 2024, apêndice 1) Nestes casos verificam-se manifestações culturais comuns ao sentido de *nação*, através da partilha de interesses nacionais, o que promove uma identificação coletiva ao nível do país. Além disso, a exposição de eventos

em diversas regiões ajuda a promover o turismo local na medida em que desperta a atenção dos espectadores de todo o país para visitar as diferentes culturas portuguesas. Na amostra eleita, 10 dos conteúdos são referentes à Região Norte, 4 são conteúdos de cultura nacional, e 1 remete à Região Centro, todos inseridos na editoria da Cultura. A totalidade dos conteúdos será disponibilizados através de uma *playlist* do Youtube anexada nos apêndices (apêndice 4). Os conteúdos assinalados com * na Tabela 4 são de autoria própria: (Município do Porto e CTT apresentam selo comemorativo dos 900 anos da carta de farol do Porto 27-10-23; World Press Photo 2023 01-11-23; 66ª Edição da volta a paranhos conta com 2500 participantes 08-12-23; Bacalhau no Natal dos Portugueses 14-12-23).

Tabela 4- Descrição da Amostra

AMOSTRA					
<i>Título</i>	<i>Data</i>	<i>Duração</i>	<i>Gênero Jornalístico</i>	<i>Cobertura</i>	<i>Tipificação dos Elementos de Identidade Cultural</i>
SANTUARIO SENHORA DA PENEDA EM ARCOS VALDEVEZ E MONUMENTO NACIONAL	12-10-23	00:45	OFF	Região Norte. Local: Arcos de Valdevez	Religião e Crenças; História e Património
FESTIVAL DE ÓRGÃO NO PORTO LEVA MÚSICA A INSTRUMENTOS COM 300 ANOS	17-10-23	01:52	Peça Jornalística	Região Norte. Local: Porto	Manifestação Musical; História e Património Religioso
INAUGURACAO NOVO EDIFICIO DO MUSEU DA ARTE	19-10-23	02:51	Peça Jornalística	Região Norte. Local: Porto	História e Património Artístico e Museológico
MUNICIPIO DO PORTO E CTT APRESENTAM SELO COMEMORATIVO DOS 900 ANOS DA CARTA DE FORAL DO PORTO*	27-10-23	02:12	Peça Jornalística	Região Norte. Local: Porto	História e Património do Concelho
VENDAS E HOMENAGENS DIA DE TODOS OS SANTOS	01-11-23	01:39	Peça Jornalística	Nacional	Manifestação Religiosa e Crenças; Tradição
WORLD PRESS PHOTO 2023*	01-11-23	02:23	Peça Jornalística	Região Norte. Local: Maia	Manifestação Artística; História
FEIRAS NOVAS INSCRITAS COMO PATRIMONIO CULTURAL	23-11-23	00:41	OFF	Região Norte. Local: Ponte de Lima	Manifestação Festiva; Romaria; História e Património; Elemento de Agregação; Folclore
COMBOIO HISTÓRICO DO VOUGA DE REGRESSO NATAL	25-11-23	03:00	Peça Jornalística	Região Centro. Local: Macinhata do Vouga	História e Património; Manifestação Festiva
NOITE DE NICOLINAS EM GUIMARÃES	29-11-23	01:18	Peça Jornalística	Região Norte. Local: Guimarães	Manifestação Festiva; Tradição; História e Património; Elemento de Agregação
66ª EDIÇÃO DA VOLTA A PARANHOS CONTA COM 2500 PARTICIPANTES*	08-12-23	02:01	Peça Jornalística	Região Norte. Local: Porto, Paranhos	Prática Desportiva; História; Elemento de Agregação; Passagem de Testemunho
BACALHAU NO NATAL DOS PORTUGUESES*	14-12-23	03:34	Peça Jornalística	Nacional	História e Património Gastronómico Português; Tradição de Época Festiva
17ª EDIÇÃO DO PRESEPIO AO VIVO DE PRISCOS	17-12-23	02:46	Peça Jornalística	Região Norte. Local: Braga, Aldeia de Priscos	Manifestação Artística e Religiosa; História; Tradição de Época Festiva; Elemento de Agregação
PREPARAÇÃO DOCES DE NATAL	19-12-23	02:43	Peça Jornalística	Nacional	História e Património Gastronómico Português; Tradição de Época Festiva
PREPARAÇÃO PARA O NATAL E PASSAGEM DE ANO COM BRINDE	19-12-23	03:02	Peça Jornalística	Nacional	História e Património Gastronómico Português; Tradição de Época Festiva
JOGO DO PAU DE CABECEIRAS DE BASTO PATRIMONIO CULTURAL	29-12-23	03:25	Peça Jornalística	Região Norte. Local: Cabeceiras de Basto	Prática Desportiva; História e Património; Elemento de Agregação; Passagem de Testemunho; Folclore

Como descrito anteriormente, para ser elaborada a presente tabela e feita a respetiva categorização dos elementos de identidade cultural presentes na amostra determinada, foi necessária uma análise do discurso do OFF que é, mais precisamente, o texto jornalístico usado para a narração dos conteúdos, retirado do programa *Dalet Galaxy*. Nesta etapa da análise, serão então justificados os conceitos utilizados na última variável “Tipificação dos Elementos de Identidade Cultural” através do recurso ao discurso referente às peças e OFF’s, As reportagens “Vendas e Homenagens dia de Todos os Santos”; “Bacalhau no Natal dos Portugueses” e “Jogo do Pau de Cabeceiras de Basto Património Cultural” serão posteriormente observadas separadamente na última fase da presente análise de dados, através da verificação do discurso do OFF, do discurso do Som e da Imagem e do Discurso das Fontes, de modo a fornecer uma análise pormenorizada referente ao conteúdo audiovisual em questão. Analisando por ordem cronológica, tal como consta na tabela, passemos agora para a justificação da categorização das restantes peças, de forma individual e concisa, com o apoio de citações presentes no texto e algumas referências à produção visual e sonora e às fontes entrevistadas, quando pertinente.

O primeiro OFF **“Santuário Senhora Da Peneda Em Arcos Valdevez é Monumento Nacional”**, permite logo a partir do título ter uma conceção sobre o que se trata. A palavra Santuário remete desde logo para a religião, o mesmo se comprova através do discurso, que detalha a composição do santuário com edifícios históricos onde ocorrem as manifestações religiosas e crenças. Este é “composto pela igreja neoclássica, pelo edificado do antigo albergue de peregrinos, e por uma sucessão de escadarias e largos que antecedem a alameda arborizada desenvolvida ao longo do vale.” O Santuário católico foi erguido entre os finais do século XVIII e o século XIX e integra-se na área do Parque Nacional do Gerês, sendo uma das fortes atrações de património cultural e religioso do Alto-Minho. A 12-10-2023 foi publicado no Diário da República a classificação do Santuário Senhora Da Peneda como Monumento Nacional, que associa a História, a Religiosidade e a Natureza. (Apêndice 5)

A reportagem **“Festival de Órgão no Porto leva música a instrumentos com 300 anos”** acompanha o “Festival Internacional de Órgão e Música Sacra”, que combina as manifestações musicais com o património religioso de alguns edifícios característicos do

Município do Grande Porto, como é o caso da sé Catedral da cidade. A música sacra remete para a música da antiguidade e religiosa, que é tocada através dos “órgãos de tubos das igrejas”. Alguns dos “órgãos históricos do Porto” possuem “séculos de existência”, como é o caso, dos “dois órgãos mais antigos da Sé do Porto” que “remontam ao século XVIII”. A representação do Festival “com 44 concertos” é entendida como uma iniciativa cultural que junta o antigo com o moderno, promovendo um estilo de música intrinsecamente ligado à religião, mas que os organistas consideram como versátil e representativo de uma história. Neste sentido, “ouvir música sacra não se restringe a obras datadas ou medievais”. De destacar que esta peça jornalística é acompanhada com a música de fundo composta pelo som do órgão de tubos tocado por uma das artistas internacionais que foi convidada a estar presente no festival. Ao longo da reportagem são ainda colocadas imagens da organista a tocar o instrumento na Sé Catedral do Porto. Neste sentido, além da exposição do Festival, a montagem da peça foi feita de forma a demonstrar também uma parte desta manifestação cultural, através da combinação da música e da religião, que integram a história e património da região portuense. (Apêndice 6)

Por sua vez, a peça **“Inauguração Novo Edifício do Museu da Arte”** como o próprio nome indica é referente a uma manifestação cultural artística característica da região do Grande Porto, através do “Museu de Serralves”. O edifício tem uma forte presença cultural na região e no país, distinguido por homenagear e perpetuar obras de alguns dos maiores artistas contemporâneos. Assim, tem agora “uma nova ala dedicada ao arquiteto Siza Vieira”, um “dos génios da arquitetura portuguesa”. A cerimónia contou com a presença do ministro da Cultura e o antigo primeiro-ministro, António Costa, que sublinhou a importância de cultivar a parceria entre o Governo e Serralves. Neste sentido, além de ser um elemento de identidade cultural enquanto património museológico que distingue a arte do Grande Porto, é também um espaço de referência a nível nacional e internacional. (Apêndice 7)

A reportagem **“Município do Porto e CTT apresentam selo comemorativo dos 900 anos da carta de Foral do Porto”**, representa um elemento histórico “datado de 1123” que identifica o Porto enquanto cidade, sendo por isso um componente fulcral no que respeita a toda a construção da comunidade portuense. “Com 900 anos de história o documento é considerado o mais antigo do Município e antecede a fundação do país”.

O bispo D. Hugo deu ao Porto a sua primeira Carta de Foral em 1123, que permitiu reconhecer “a autonomia da cidade portuense e o papel determinante na fundação do país”. O Foral “simboliza a ascensão do Porto enquanto território”, com a sua própria “História, Cultura e Identidade”. Assim, foi através deste documento histórico que foram desenvolvidos todos os “traços hereditários” desde a “emancipação da cidade”. Rui Moreira, atual presidente da Câmara Municipal do Porto foi uma das fontes jornalísticas entrevistadas na peça e descreveu alguns traços que caracterizam a identidade da cidade até à atualidade:

“O Porto continua a ser uma cidade de mercadores como era nessa altura. Continua a ser uma cidade que gosta muito da sua da sua autonomia. O Porto vivia muito à volta do seu do Rio, do seu Porto, das suas trocas comerciais. Hoje o Porto não é dentro do Porto é fora, mas a marca principal esta marca de uma cidade mercadora, de uma cidade, não uma cidade de nobres, mas uma cidade burguesa, que se inicia exatamente naquela fase, em que era aqui que havia as trocas comerciais. Eu acho que o Porto continua a ter essa visão de uma cidade aberta ao mundo.” (Rui Moreira, 2023, Apêndice 8)

Esta reportagem é, portanto, uma forte representação da história e património municipal do Porto. (Apêndice 8)

“**World Press Photo 2023**” é uma peça sobre um concurso, iniciado em 1955, que “reconhece e celebra o melhor do fotojornalismo e fotografia documental” a nível mundial. Todos os anos é eleita a “foto do ano” na qual se representa um evento marcante do respetivo período, entre outra série de categorias. Neste sentido, “tudo o que passou durante um ano é contado através de imagens”. Esta exposição percorre os países e já “acontece na Maia há 24 anos”, tendo lugar no Fórum da cidade. O evento continua a “merecer um grande interesse por parte do público”, recebendo milhares de visitas em cada edição, pelo que se tornou um acontecimento de grande relevância para o Município. Esta manifestação artística, embora seja elaborada mundialmente, faz parte da programação habitual de eventos culturais na cidade da Maia, que tem a exclusividade de fazer parte do restrito grupo de cidades europeias e do mundo que fazer a exposição do concurso. (Apêndice 9)

O OFF “**Feiras Novas inscritas como Património Cultural**”, como o próprio título indicia, noticia a inscrição da romaria do concelho de Ponte de Lima no Inventário Nacional do Património Cultural Imaterial, pela “Direção-Geral do Património Cultural”. O pedido de inscrição foi concretizado em 2017, sendo posteriormente aperfeiçoado, e agora oficializado pelo Diário da República. “A Autarquia considera que a concretização da

inscrição como Património Cultural Imaterial foi um importante passo para a salvaguarda das festas concelhias de Ponte de Lima.” As feiras novas, assim chamadas desde 1826, fazem parte das festividades históricas da cidade, combinando a cultura com a religião. Esta romaria que faz parte da tradição junta centenas de pessoas da região. As imagens e som que acompanham o discurso do OFF, representam os festejos do evento, entre eles, os tocadores de concertinas e bombos, o tradicional cortejo etnográfico e histórico e o folclore, acompanhado pela representação das vestimentas emblemáticas da região (o traje domingueiro). (Apêndice 10)

Na reportagem **“Comboio Histórico do Vouga de Regresso Natal”**, o Porto Canal “acompanhou a viagem entre Aveiro e Macinhata do Vouga, em Águeda” na integra. O comboio tornou-se num ícone do turismo ferroviário a nível do país, levando centenas de pessoas, de várias gerações, a reunirem-se numa viagem. A locomotiva a diesel é datada dos anos 50 e tem 4 carruagens seculares, originais dos inícios do século XX. Durante a viagem os passageiros têm uma experiência cultural e artística através das carruagens antigas, na qual podem usufruir de observar um património ferroviário histórico de destaque europeu. “Chegados á estação de Macinhata do Vouga os passageiros são recebidos pelas tradições locais e convidados a descobrir a identidade ferroviária da comunidade” retratada num museu. O Caminho de Ferro do Vale do Vouga é um elemento histórico e cultural do património ferroviário português e apresenta-se, além de um bem local, como um elemento de valor a nível regional e nacional. Uma parte da reportagem é realizada dentro do comboio, em viagem, captando imagens da carruagem e da paisagem. (Apêndice 11)

A **“Noite de Nicolinas em Guimarães”** é já tradição da cidade onde nasceu Portugal, representando o património e a identidade cultural vimaranense. Esta manifestação festiva agrega “milhares de pessoas” e é marcada pelo “emblemático cortejo do Pinheiro” que decorre “desde o Campo de São Mamede até ao Largo de São Gulater” onde “as pessoas percorreram as ruas da cidade até ao monumento de homenagem ao Nicolino, onde foi erguido o Pinheiro.” Esta festividade histórica de Guimarães, com a primeira referência no ano de 1664 é uma tradição singular e de grande importância social e cultural, e está inscrita no Inventário Nacional do Património Cultural Imaterial, com a ambição de se tornar Património da UNESCO. Além disso, este ritual festivo é também uma transmissão entre gerações através da recriação do evento todos os anos,

pelos habitantes e estudantes da cidade, desenvolvendo um sentimento de preservação e continuidade, através da partilha que contribui para a afirmação da identidade cultural local. Neste sentido, esta peça jornalística é um exemplo claro da representação das identidades, no caso, a vimaranense. (Apêndice 12)

A reportagem **“17ª Edição do Presépio ao vivo de Priscos”** mostra a manifestação artística e religiosa, que é já tradição da época natalícia na região, em que “todos os anos, em dezembro, cerca de 600 figurantes dão vida ao Presépio de Priscos, em Braga”. O evento é “uma viagem ao tempo de Jesus, vivida todos os anos por milhares de visitantes” e conta com “90 cenários espalhados pelos 30 mil metros quadrados”. Este ritual já faz parte da história local, e desde “há 17 anos, que a comunidade se envolve para recriar o maior presépio ao vivo da Europa.” Através da reportagem, é possível ver que esta tradição é também uma passagem de testemunho e partilha entre algumas gerações, tornando-se “um amor que passou para a família.”, como é o exemplo das fontes entrevistadas, em que pai e filho estão envolvidos no projeto, como figurantes. Além disso, é um exemplo nítido de elemento de agregação, tendo em que conta que a comunidade local se junta de modo a dar continuidade e a preservar esta manifestação cultural que se torna um fator de distinção na identidade coletiva da aldeia de Priscos e da Região. (Apêndice 13)

Por fim, nas peças jornalísticas, nas **“Bacalhau no Natal dos Portugueses”**; **“Preparação doces de Natal”** e **“Preparação para o Natal e Passagem de Ano com brinde”** o Porto Canal “acompanha a tradição” gastronómica portuguesa em época festiva. Na primeira peça é feita a demonstração de todo o processo de preparação do bacalhau, o peixe que representa e distingue a identidade alimentar portuguesa no mundo, sendo historicamente, “a estrela de todos os natais” embora “brilhe na mesa dos portugueses durante todo o ano”. Este alimento é de “consumo elevado e distingue o bacalhau como o rei da gastronomia portuguesa”. Na confeção dos doces “há hábitos que se mantêm”, e “o pão de ló e o bolo-rei são uma presença habitual”, tornando-se assim, doces característicos que distinguem o Natal português dos restantes países. Para mostrar o processo de confeção deste alimentos, o canal acompanhou a preparação numa “confeitaria histórica de 1935 situada na foz”. Ao representar aquilo que é um símbolo gastronómico que afirma a identidade portuguesa, o Porto Canal consegue, ao mesmo tempo, representar os negócios da cidade portuense, através de um local histórico ao

qual as pessoas recorrem para a aquisição de tal produto. Destaca-se esta dinâmica, no sentido em que se torna um fator de crescimento na primeira peça, combinando a representação de um elemento de identidade nacional com uma representação do local. Por sua vez, na segunda peça, os jornalistas do canal foram “até a Murganheira.” conhecida pela produção do espumante, “normalmente associado ao brinde da passagem de ano”, como um “símbolo de celebrações”. A peça acompanha todo o processo, promovendo a produção vinícola da localidade. Esta é “uma história que começa na videira, esconde-se debaixo do chão por um longo período e todos os anos por esta altura regressa à superfície para servir de presente e acompanhar as típicas celebrações natalícias”. De destacar que o vinho é um forte elemento de identidade gastronómica portuguesa, estando incluído na trilogia alimentar mediterrânica.

“A riqueza, diversidade e qualidade da gastronomia portuguesa tem uma forte relação com as identidades territoriais do nosso país, o que a torna num verdadeiro património cultural e social.” (Cavaco, 2005, p. 3) Neste sentido, através da representação destas peças, recorrentes na programação, são acompanhados processos na íntegra de construção de certos elementos distintivos portugueses. O Porto Canal demonstra a preocupação de explorar de forma próxima as temáticas culturais que afirmam a identidade nacional, e as sub-identidades do país. (Apêndices 14, 15 e 16)

4.3.1. “Vendas e Homenagens dia de Todos os Santos”; “66ª Edição da volta a paranhos conta com 2500 participantes” e “Jogo do Pau de Cabeceiras de Basto Património Cultural”

Dentro da amostra, estas 3 peças foram eleitas de forma seletiva, como modo de explorar diferentes manifestações culturais e as suas respetivas incidências, recorrendo ao discurso do OFF, do Som e da Imagem e das Fontes. A primeira é uma manifestação a nível nacional, sendo as duas restantes de relevância local.

A “1 de novembro é **Dia de Todos os Santos**, na Igreja Católica”. A data assinala um “feriado católico, dedicado a honrar a memória de todos os defuntos”, em que “por todo o país, milhares de pessoas visitam cemitérios”. É um dia “carregado de grande simbolismo” e “de grande emoção e nostalgia”, onde as pessoas vão até “às campas e os jazigos daqueles que já faleceram”. Associado a este dia, estão as “velas” e as “flores” como as “as gerberas, as orquídeas, as rosas (...)”, que são elementos de referência deste

ritual religioso. Também através das fontes entrevistadas pelo Porto Canal se identifica o simbolismo espiritual associado a este dia. Para vários, “é um dia muito triste”; “um dia para homenagear as pessoas que já partiram”; “uma forma de visitar os nossos entes queridos e de matar um bocadinho de saudades”. A tradição apostólica pode ser considerada um elemento de identidade cultural portuguesa uma vez que faz parte dos feriados nacionais, embora não seja praticada por todos os indivíduos, uma vez que é associada à religião católica e à crença, geralmente incutida entre gerações, maioritariamente pelas mulheres. Com o testemunho de uma das fontes entrevistadas na reportagem, do sexo feminino e de idade sénior, é possível ter uma perceção do significado do dia para os crentes nesta manifestação religiosa: “Para mim representa muito... porque sou religiosa, tenho fé, que um dia vou para o pé deles”. Neste sentido, entende-se que a devoção religiosa é o principal motivador desta tradição popular que teve as suas primeiras referências nos inícios do catolicismo de modo a celebrar os seus valores, sendo, portanto, das manifestações mais antigas, mas que se mantém em praticamente toda a Europa ainda nos dias de hoje. O catolicismo é, em Portugal, a identidade religiosa mais evidente e embora as práticas se tenham adaptado em função das gerações, continuam a ser mantidas. O dia de Todos os Santos é manifestado também através da junção da cultura e da espiritualidade, que podem ser entendidas de uma forma artística, por exemplo através da arte sacra (igrejas, catedrais), a arte funerária (estátuas, lápides e mausoléus), a arte na comunidade (por exemplo, através da tradição do pão-por-deus decorados com desenhos simbólicos para serem oferecidos, ou a decoração de velas e flores) e através da música e liturgia (coros que acompanham as celebrações com cânticos e hinos religiosos). (Equipa arte351, 1 de novembro de 2023) Um fator curioso nesta peça é que a data religiosa é representada através da exposição do negócio local, sendo que neste dia as floristas e os comerciantes de velas têm os seus negócios com mais movimento que o habitual. Assim, vemos a forma como o Porto Canal conjuga as peças de incidência nacional, não esquecendo de as representar através da proximidade e de temas de relevância local. Neste caso específico, a reportagem decorre no cemitério da Senhora da hora, onde no portão do mesmo, os negociantes têm as suas bancas montadas para as vendas de produtos nesta data. (Apêndice 17)



Fig. 7 e 8- Vendas e Homenagens do Dia de Todos os Santos

“66ª Edição da Volta a Paranhos conta com 2500 participantes” representa uma prática desportiva que é já parte da cultura de Paranhos, “a freguesia que a viu nascer”. Esta é “uma prova emblemática da cidade do Porto” e “uma das mais antigas competições de atletismo do país”. A já conhecida Volta a Paranhos, organizada tradicionalmente pelo Sport Comércio e Salgueiros, acontece desde 1956, todos os anos no dia 8 de dezembro, independentemente da meteorologia, e é a mais antiga prova de estrada da Região Norte e de Portugal. Anualmente, juntam-se milhares de pessoas “de todo o país” que marcam presença nesta competição, entre eles “amadores e profissionais, dos mais graúdos aos mais pequenos”, com várias provas de diferentes distâncias como se vê durante a reportagem.



Fig. 9 e 10- Diferentes gerações da comunidade na Volta a Paranhos

“A tradicional Volta a Paranhos” é um elemento de agregação na freguesia, onde ocorre, com o passar do tempo, também uma passagem de testemunho entre as gerações que partilham entre si o gosto por esta tradição desportiva que faz parte da identidade de Paranhos. Na perspetiva das fontes entrevistadas “é uma prova interessante”, e que “está no calendário dos atletas... tem vindo a evoluir e cada vez há mais participantes”; exemplo disso são “80 atletas estrangeiros inscritos de 18 países” que marcaram presença na 66ª edição, “muitos destes atletas são residentes na freguesia e na cidade (...) o que torna esta prova cada vez mais internacional e cosmopolita”. A prova foi se adaptando ao longo das edições de modo a continuar a alcançar um grande público, para isso, na última edição foi criada “a chamada voltinha a Paranhos, que é uma corrida para pequeninos”, à qual a organização considerou que foi “um sucesso” e “uma alegria”

e foi também de facto “uma inovação no sentido de chamar os mais pequenos para a prática desportiva”. Para alguns jovens foi inclusive a “primeira medalha de corrida”. Neste sentido, evidencia-se, uma vez mais, a prova como um forte elemento de agregação e passagem de testemunho, em que várias gerações se reúnem na mesma manifestação cultural. Neste sentido, a competição vai muito além da conquista dos títulos, sendo também uma forma de dar continuidade ao estatuto de prova histórica, em que o cariz popular atrai diversas pessoas, e até mesmo atletas nacionais, internacionais, e ainda olímpicos, a correr nesta competição. Exemplos de caras conhecidas no desporto que participaram nesta competição são Rosa Mota, Fernanda Ribeiro e Carlos Lopes, Armando Aldegalega, entre outros. Assim, a competição é, para os de dentro e fora do país, para os que participam ou assistem, um contacto com a identidade da freguesia. Esta é então uma dinâmica que une a comunidade, proporcionando o sentimento de coletividade e pertença, dando continuidade à tradição histórica, sendo assim um forte representante da identidade cultural de Paranhos, a freguesia que se diz a mais rural e que se encontra no coração do Porto. (Apêndice 18)



Fig. 11- 66ª Edição da Volta a Paranhos

Por fim, a última peça da presente análise é referente ao ancestral “**Jogo do Pau em Cabeceiras de Basto**” agora inscrito no Inventário Nacional do Património Cultural Imaterial. Esta reportagem, dentro da seleção da amostra, pode ser considerada o exemplo mais claros da representação de um elemento de identidade cultural através do Porto Canal, uma vez que ao longo da mesma além de ser explicado todo o processo que envolve esta prática desportiva, é também demonstrado o jogo através das imagens e do som, e descrito conforme os relatos das fontes que dão continuidade a esta dinâmica. Esta é uma “técnica de defesa que se transformou em arte” e que “tem sido mantida viva por duas associações do concelho que passam o conhecimento de geração em geração” havendo assim uma passagem de testemunho na comunidade. No começo

da peça observa-se que “o mestre vai dando as indicações ao grupo de jovens que atentos vão dando corpo aos comandos em mais um treino do jogo do pau.”



Fig. 12, 13 e 14- Passagem de Testemunho no Jogo do pau em Cabeceiras de Basto

Esta técnica ancestral surgiu “da necessidade de defesa ou ataque no mundo rural e acabou por se tornar uma arte que requer muito esforço para ser dominada.” Segundo as fontes, “o Jogo do pau é uma técnica que foi desenvolvida”, mas que “hoje em dia não é usada para defesa, mas é usada para explicar e para demonstrar a técnica em si de defesa nesta arte”. Os habitantes realçam a importância deste jogo como um elemento de identidade cultural das freguesias de Cabeceiras de Basto, possuindo um forte valor histórico e popular, estando por isso agora inscrita Inventário Nacional do Património Cultural Imaterial. Na perspetiva da comunidade:

“O pau é uma tradição secular. Há muitos anos que nós tentamos preservá-la e esta distinção vem efetivamente valorizar ainda mais a esta tradição do jogo do pau essencialmente nas duas freguesias do concelho de Cabeceiras de Basto que é a freguesia de Bucos e a freguesia de Abadim, onde se pratica ainda com alguma intensidade o Jogo do pau”. (Associado à Escola de Abadim, 2024, apêndice 19)

Para dar continuidade a esta prática com história, a associação recreativa da freguesia de Abadim criou “uma escola de jogo do pau que ao longo dos anos tem conseguido manter viva esta tradição” embora nem sempre tenha sido fácil “havendo picos em que tinha muita gente e alturas em que acalmou mais um pouco”, sendo que foi “por volta de 2013” que a escola ganhou força. Verificando-se que se tem vindo a desenvolver “passando aqui o testemunho e crescendo”. No comunicado em que a Direção-Geral do Património Cultural indica a inscrição desta arte folclórica no inventário nacional é mencionada “a transmissão de conhecimento sobre o 'Jogo do Pau' que tem ocorrido de geração em geração entre membros unidos, muitos deles por laços familiares.” Assim mais que uma passagem de testemunho, o jogo é também um elemento de agregação na comunidade, onde se reúnem por exemplo os descendentes de mestres que continuam a ser uma referência para as comunidades de praticantes desta arte,

geradora de um sentimento identitário na região. “E por isso é com orgulho que em Abadim se treina este grupo de jovens que garante mais uma geração a perpetuar a arte” dando continuidade a esta manifestação cultural. Contudo, embora o objetivo seja sempre passar o testemunho, as associações acreditam que não seja uma tarefa fácil, uma vez que “os mais jovens vão estudar, trabalhar para fora e é sempre complicado manter as pessoas cá”, sendo maioritariamente aos fins de semana que a equipa se reúne para “fazer alguns treinos e alguns encontros que surjam”. A criação da escola para a instrução do jogo é assim, “apenas o início de uma caminhada que tem como missão manter viva esta tradição secular”. Segundo os responsáveis da organização, “o trabalho está a iniciar” e ainda há muito que fazer, “principalmente com a criação de um plano de salvaguarda que tem como objetivo naturalmente valorizar essa tradição do jogo do pau em Cabeceiras de Basto”. A aprendizagem desta técnica é exigente, sendo necessário, “muito empenho e destreza para a dominar”. O velho mestre, encarregue de passar o testemunho, “aprova o talento da nova geração que vai levando a técnica nortenha do Jogo do Pau a apresentar-se em feiras, festas, romarias e outros eventos culturais, tanto em Portugal como no estrangeiro.”



Fig. 15, 16 e 17- Novas Gerações no jogo do Pau em Cabeceiras de Basto

O Jogo do Pau é então uma manifestação de carácter lúdico e performativo com varas de madeira, original do século XX, que se insurge na construção da identidade cultural de Cabeceiras de Bastos, havendo a preocupação da comunidade em preservá-la através do incentivo á geração mais jovem. De destacar que é também, um misto de folclore, arte e desporto, que além de caracterizar o local da peça, é também um elemento de

distinção da cultura portuguesa a nível mundial, fazendo parte da tradição de várias regiões em Portugal, como o Minho, onde se iniciou esta prática. (Apêndice 19)



Fig. 18- Livro do Jogo do Pau

Cessando este capítulo, em referência a todos os conteúdos analisados, torna-se necessário ressaltar que de acordo com o Dec. Lei nº 107/2001 de 8 de setembro presente no Diário da República Portuguesa:

“O interesse cultural relevante, designadamente histórico, paleontológico, arqueológico, arquitetónico, linguístico, documental, artístico, etnográfico, científico, social, industrial ou técnico, dos bens que integram o património cultural refletirá valores de memória, antiguidade, autenticidade, originalidade, raridade, singularidade ou exemplaridade.” (Diário da República, Dec. Lei nº 107/2001, artº2, nº3)

Em reflexão à análise, verifica-se a representação destas peças pelo Porto Canal é um fator relevante na construção, preservação e demonstração da identidade de uma comunidade, expondo o seu modo de vida que é, muitas das vezes, passado de geração em geração, no qual se inclui “costumes, práticas, lugares, objetos, expressões artísticas e valores”. (ICOMOS, 2002, p.21) Neste sentido, através dos blocos informativos, a estação televisiva procura representar “os valores e as tradições culturais, religiosas, gastronómicas” da região. (*website* Porto Canal)

Destaca-se assim, que foram vários os elementos de identidade cultural apresentados, que valorizam, por exemplo, o património histórico e cultural da Área Metropolitana do Porto, a promoção das tradições locais como festas e celebrações populares nas regiões, as práticas desportivas e festividades da época, assim como o folclore, e ainda o património gastronómico nacional.

Conclusão

O estudo sobre o Porto Canal e o seu papel na comunicação regional permitiu olhar sob outra perspetiva para esta estação televisiva, que além de difusora de informação, contribui para a coesão da identidade cultural das comunidades portuguesas, dando particular ênfase às nortenhas. Com base na metodologia adotada, que procurou responder à questão de investigação: "De que forma é que o Porto Canal contribui como fator de coesão de identidade cultural?" foram analisadas as duas hipóteses que guiaram a respetiva análise.

A **(H1)** que propõe que "O Porto Canal atua como um espaço de representação para histórias e narrativas locais que podem não ter visibilidade em canais de âmbito nacional" foi comprovada. A programação do Porto Canal destaca regularmente manifestações culturais que são características das comunidades da região Norte, sendo por isso, um palco de reprodução para narrativas que, por vezes, tendem a ser ignoradas pelos restantes meios de comunicação que possuem, geralmente, uma cobertura nacional. "Considerando que, editorialmente, o Porto Canal assenta a sua cobertura na região Norte, os elementos que lhe são mais peculiares e característicos acabam por ser indissociáveis da informação que é produzida." (Hugo Costa, 2024, apêndice 1) Neste sentido, o canal assume que procura "fazer coisas diferentes", mas não deixa "de fazer os assuntos importantes que os outros fazem". (Ana Rita Basto, 2024, apêndice 3) Ao dar voz às histórias locais, o Porto Canal promove a identidade regional e desenvolve uma sensação de identificação e pertencimento entre os espectadores, que se sentem, por conseguinte, mais próximos da programação do canal no sentido em que se veem representados.

A **(H2)** que afirma que "As peças jornalísticas de algumas temáticas locais contribuem como elementos de coesão de identidade cultural" foi validada através dos exemplos analisados. As peças jornalísticas do Porto Canal abordam frequentemente temas de relevância local através da prática de um jornalismo de proximidade, tornando-as significativas para a audiência. Como se verificou na amostra, a emissora na editoria da cultura, cobre as manifestações culturais nas mais variadas formas: "Pode ser uma festa, tradição ou simplesmente algum elemento etnográfico", (Ana Rita Basto, 2024, apêndice 3) "uma exposição, uma amostra, um objeto artístico" elementos que

resultam numa “reportagem de um evento cultural.” (Hugo Costa, 2024, apêndice 1) Assim, O Porto Canal, demonstra particular atenção em narrar, através dos blocos noticiosos, questões culturais que se associam à comunidade espectadora. Além de noticiar, pode ter, inclusive, o poder de unir a audiência em torno de uma identidade cultural partilhada. Neste sentido, é sim possível afirmar que as reportagens temáticas são auxiliares como elementos de coesão de identidade cultural.

Esta análise enfocada permite apontar que o Porto Canal se centra na comunicação regional e através desta estratégia editorial contribui para a promoção da identidade cultural, especialmente no Norte de Portugal. A análise evidencia que o canal não apenas informa e retrata a cultura local, bem como, a valoriza e a difunde, contribuindo para a sua preservação e continuidade. Ao ser palco de representação para as identidades coletivas, ligando as narrativas culturais com a audiência e produzindo conteúdos jornalísticos centrados nas temáticas das comunidades, o Porto Canal emerge como um exemplo de agente de coesão cultural. Salientando assim, o seu contributo ao “ajudar na divulgação e preservação dessas marcas distintivas.” (Ana Rita Basto, 2024, apêndice 3) Reconhece-se assim “o protecionismo da região Norte e das gentes do Norte no conteúdo informativo que é produzido e transmitido”. (Hugo Costa, 2024, apêndice 1)

Embora o estudo de caso tenha as suas limitações, a pertinência do tema e os resultados obtidos com a metodologia afirmam a importância do Porto Canal na promoção da identidade cultural na sua área de cobertura. Reconhece-se que a presente investigação possa ser vantajosa para investigações futuras, que procurem aprofundar a compreensão do impacto dos canais de proximidade na comunicação e na identidade cultural das regiões, num mundo que se encontra cada vez mais globalizado.

Perante esta problemática, conclui-se que, os meios de comunicação, no caso particular do Porto Canal focado na “proximidade, temas eixo como regionalização e/ou descentralização e território” (Daniela Assunção, 2024, apêndice 2), podem efetivamente atuar como um fator de salva-guarda do carácter identitário que distingue as comunidades entre si.

Referências Bibliográficas

- Almeida, M.** (2013). *O Jornalismo de Proximidade como promotor da cultura e da identidade de uma região*. Escola Superior de Comunicação Social. Lisboa. <https://repositorio.ipl.pt/handle/10400.21/3237>
- Amphilo, M.** (2011). *FOLKCOMUNICAÇÃO: por uma teoria da comunicação cultural*. Em: Revista Internacional de Folkcomunicação. Vol. 9. Nº 17. P. 1-22. <https://revis-tas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/18818/209209214738>
- Amphilo, M.** (2014) *Jornalismo e Identidade Cultural. Reflexões Epistemológicas*. Universidade de São Paulo. Brasil. <file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/2022-Artigo%20-%20sem%20identifica%C3%A7%C3%A3o%20de%20autores-3860-3932-10-20141215.pdf>
- Bastos, M.** (2009). *Transmissão, Comunhão, comunicação*. Em: Matrizes, ano 3, nº2, p. 243- 248. file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/pbarros1,+Resenha_2_CAREY_Marco_Bastos.pdf
- Bazi, R.** (2001) *TV Regional: trajetória e perspectivas*. Editora Alínea. Campinas.
- BAZI, R** (2015). *Depois da TV digital:: o telejornalismo e as rotinas produtivas em uma emissora regional*. Em: Revista Brasileira De Ensino De Jornalismo. Vol. 6 nº 18. <https://rebej.abejor.org.br/index.php/rebej/article/view/174>
- Beltrão, L.** (1980). *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*. Cortez Editoria. São Paulo.
- Bonin, J.** 2021. *Folclore, linguagem e comunicação: perspectivas para uma visão transcultural da cultura*. Em: Revista Devir Educação, Lavras, vol.5, nº2. p.86-103. https://www.researchgate.net/publication/356601083_Folclore_linguagem_e_comunicacao_perspectivas_para_uma_visao_transcultural_da_cultura
- Cabecinhas, R.** 2002. Media, etnocentrismo e estereótipos sociais. Em: congresso de ciências da comunicação, 1, p. 407-418. Lisboa. https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/1599/1/racabecinhas_MedEtno_2002.pdf
- Cabral, E.** (2006). *A regionalização da mídia brasileira*. Em: Congresso multidisciplinar de comunicação para o desenvolvimento regional. 1. UESP. São Bernardo do Campo. Disponível em: http://encipe-com.metodista.br/mediawiki/images/e/ef/GT2_REGIOM-16-Regionalizacao_da_midia_Eula.pdf
- Campenhoudt, L. & Quivy, R.** (1992). *Manual de investigação em ciências sociais*. Gradiva. Lisboa. ISBN: 9726622751. <https://tecnologiamidiaeinteracao.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/09/quivy-manual-investigacao-novo.pdf>
- Camponez, C.** (2002). *Jornalismo de proximidade*. MinervaCoimbra. Coimbra. ISBN: 9789727980482
- Castells, M.** (2003). *A galáxia da Internet*. Fundação Calouste Gulbenkian. Lisboa. ISBN: 9789723110654
- Castells, M.** (2018). *O Poder da Identidade*. Editora Paz e Terra. Rio de Janeiro. ISBN: 978857753330. Disponível em: <https://tonaniblog.wordpress.com/wp-content/uploads/2019/05/o-poder-da-identidade.pdf>
- Castells, M.** (2002). *A Sociedade em Rede*. Vol. 1. 6ª edição. Editora Paz e Terra. São Paulo. ISBN 8521903294. Disponível em: <https://globalizacaoeintegracaoregionalufabc.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/10/castells-m-a-sociedade-em-rede.pdf>
- Cerqueira, R. & Lima, H.** (2020). *Formatos jornalísticos ou promoção da marca FC Porto: a programação do Porto Canal, um estudo de caso*. Em: Comunicação Publica. Vol. 14. Nº 27. Disponível em: <https://doi.org/10.4000/cp.5177>
- Coelho, P.** (2007). *A função social das televisões de proximidade. Por um modelo de comunicação alternativo*. Em: Actas dos ateliers do Vº Congresso Português de Sociologia. p.57-63. Disponível em: https://aps.pt/wp-content/uploads/2017/08/DPR46152a6f3827f_1.pdf
- Coelho, P.** (2005). *A TV de proximidade e os novos desafios do espaço público*. Livros Horizonte. Lisboa. ISBN: 9789722414050

- Correia, J.** (2012). *Jornalismo de proximidade: limites, desafios e oportunidades*. LabCom. ISBN: 9789896541002. <http://hdl.handle.net/10400.6/10425>
- Costa, H.** 2023. *O peso da proximidade na linha editorial e na dinâmica informativa do Porto Canal*. Universidade do Minho. Braga. <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/89239>
- Costa, J.** (2012). *Stuart Hall e o modelo “endcoring and decoding”: por uma compreensão plural da receção*. Em: Revista Espaço Académico. Nº 136. P. 111- 121.:<https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/17673/9743>
- Coutinho, I. & Martins, S.** (2008). *Identidade no Telejornalismo Local: A Construção de Laços de Pertencimento entre a TV Alterosa Juiz de Fora e o seu Público*. Universidade Federal da Bahia. <https://tverealidade.facom.ufba.br/coloquio%20textos/Simone%20Martins%20e%20Illuska%20Coutinho.pdf>
- Decreto** Lei nº 106/88 de 31 de março. Diário da República nº 76/1998- I Série. Presidência do Conselho de Ministros. Lisboa.
- DIAS, J.** (2012). *Relatório de estágio realizado no Porto Canal-A orientação editorial no jornalismo de proximidade*. Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Porto. <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/73884>
- Domingues, C.** (2013). *A orientação editorial antes e depois do Futebol Clube do Porto - análise do principal bloco noticioso*. Universidade do Porto. Porto. <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/73228?mode=full>
- Expresso**. 01 de agosto de 2011. Porto Canal começa hoje era sob gestão do FC Porto. Disponível em: <https://expresso.pt/arquivo/desporto/porto-canal-comeca-hoje-era-sob-gestao-do-fc-porto=f665492>
- FC Porto**. (s.d). Futebol Clube do Porto. Website. <https://www.fcporto.pt/pt>
- Fernandes, S & Pereira, M. (2018). *Endogrupo versus Exogrupo: o papel da identidade social nas relações intergrupais*. Em: Estudos E Pesquisas Em Psicologia, 18 (1), p. 30–49. <https://doi.org/10.12957/epp.2018.38108>
- Ferreira, P.** (2005). *O lugar da imprensa local e regional nas políticas da comunicação*. Em: Livro de Actas 4º Sopcom. Universidade do Minho. Braga. p. 849- 859. <https://doi.org/10.34624/sopcom.v0i0.15962>
- Franciscato, C & Góes, C.** (2020). *Jornalismo em Sergipe*. Brasil. Combook. <https://iscom.com.br/wp-content/uploads/2020/12/JornalismoSergipe.pdf>
- Hall, S.** (2006). *Identidade cultural e diáspora*. Em: *Comunicação & Cultura*, (1), p. 21-35. <https://doi.org/10.34632/comunicacaoecultura.2006.10360>
- Hall, S.** (2006). *A identidade cultural na pós-modernidade*. DP&A. Rio de Janeiro. ISBN: 8571904023. <https://leiaarqueologia.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/02/kupdf-com-identidade-cultural-na-pos-modernidade-stuart-hallpdf.pdf>
- Hall, S.** (2016). *Cultura e Representação*. Editora Apicuri. Rio de Janeiro. ISBN: 9788583170488 Disponível em: https://www.ufrb.edu.br/ppqcom/images/HALL_Cultura_e_Representa%C3%A7%C3%A3o_-_2016.pdf
- ICOMOS**. (2002). *ICOMOS International Cultural Tourism Charter: Principles And Guidelines For Managing Tourism. At Places Of Cultural And Heritage Significance*. Graham Brooks. Chairman. <http://hgk.biznet.hr/hgk/fileovi/5674.pdf>
- Jerónimo, P.** (2017). *Media e jornalismo de proximidade na era digital*. Editora LabCom. Covilhã. ISBN: 9789896543921. <https://www.labcom.ubi.pt/book/298>
- Jerónimo, P.** (2018). *Fronteiras do jornalismo e modelos de negócio*. Revista Estudos de Jornalismo. Nº9. SOPCOM. https://www.revistaej.sopcom.pt/ficheiros/20190103-ej9_2018.pdf
- Jornal de Notícias**. 27 de junho de 2004. *Porto Canal quer ocupar vazio deixado pela NTV* Website. <https://www.jn.pt/arquivo/2004/porto-canal-quer-ocupar-vazio-deixado-pela-ntv-447688.html/>
- Jornal de Notícias**. 30 de junho de 2010. *Porto Canal abre novas delegações no Norte*. <https://www.jn.pt/media/porto-canal-abre-novas-delegacoes-no-norte-1607141.html/>

- Kovack, B. & Rosenstiel, T.** (2001) *Os Elementos do Jornalismo*. Porto Editora. Porto. ISBN: 9789720452573
- Lopes, F. et al.** (2023) *Livro Branco do Serviço Público de Média*. Portugal.gov. <https://www.portugal.gov.pt/download-ficheiros/ficheiro.aspx?v=%3d%3dBQAAAB%2bLCAAAAAABAAzNDY3MQYakFAjnQUAAAA%3d>
- Lopes, F.** (2008). *A TV do real – A televisão e o espaço público*. MinervaCoimbra. Coimbra. ISBN: 9789727982332
- Lopes, F.** (2012). *Vinte anos de TV privada em Portugal*. Editora Guerra e Paz. Lisboa. ISBN:9789897020537
- Macedo, T. & Furtado, K.** (2018). *Televisão Regional e Folkmídia: Cultura Popular no Revista de Sábado*. Em: Revista Internacional de Folkcomunicação, vol. 16, núm. 36, p. 234-250. <https://www.re-dalyc.org/journal/6317/631766334015/html/>
- Malainho, J.** (2010). *Os telejornais nas televisões regionais- O caso da RTV*. Universidade Fernando Pessoa. Porto. <https://bdigital.ufp.pt/handle/10284/2257>
- McQuail, D.** (2003). *Teoria da Comunicação de Massas*. Fundação calouste gulbenkian. Lisboa. ISBN: 9723110210. <https://olharimagens.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/02/teorias-da-comunicac3a7c3a3o-de-massas-de-nis-mcquail.pdf>
- Melo, T., & Silva, T.** (2016). *A Reportagem em contexto de Jornalismo de Proximidade*. Em: Estudos em Comunicação nº 22. pp. 83-104. Universidade da Beira Interior. Covilhã. [10.20287/ec.n22.a05](https://doi.org/10.20287/ec.n22.a05)
- Moraes, M.** (2019). *Stuart Hall: cultura, identidade e representação*. Em: Revista Educar Mais, 3(2). P. 167–172. <https://doi.org/10.15536/reducarmais.3.2019.167-172.1482>
- Moragas Spà, M. & Garitaonandía, C.** (1995). Decentralization in the Global Era. Television in the Regions, Nationalities and Small Countries of the European Union. John Libbey & Company. Londres. p. 163-171.
- Moragas Spà, M.** (1996). *Espacio audiovisual y regiones en Europa – Política, cultura e mercado*. Em: Telos: Critical Theory of the contemporary. Vol 45. p.45-52. Fundesco. Madrid.
- Mota, D.** (2005). *A televisão adiada: as políticas para a televisão regional e local em Portugal*. Em: Comunicação e Sociedade. Vol 7. p. 115-152. <https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/1350/1332>
- Naujorks, C.** (2021). *Teorias da identidade e correspondência identitária*. Em: Psicologia em Revista. v. 27. n. 1. p. 265-284. Belo Horizonte. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/per/v27n1/v27n1a16.pdf>
- Oliveira, W. & Miranda, D.** (2016). *Cultura e Representação*. Editorial: Apicuri. Rio de Janeiro. p.402- 407. <file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/Dialnet-CulturaERepresentacaoStuartHall-5792180.pdf>
- Paiva, G.** (2007). Identidade psicossocial e pessoal como questão contemporânea. Em: Psico. V. 38, n. 1, p. 77-84.: [file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/admin,+Ps38-1-p077-84%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/admin,+Ps38-1-p077-84%20(1).pdf)
- Peruzzo, C. M.** (2005). *Mídia regional e local: aspetos conceituais e tendências*. Em: Comunicação & Sociedade. Nº43. p. 67-84. Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo. <https://pdfs.semanticscholar.org/b85f/f21fe1af68936a0333f96599b612f30edca5.pdf>
- Pinto, M., Ribeiro, L. T., Sousa, H.** (2012). *O digital na informação de proximidade: um desafio transversal*. Em *Ágora – Jornalismo de Proximidade: Limites, desafios e oportunidades*. pp. 169-187). Livros LabCom. Covilhã. https://www.labcom.ubi.pt/ficheiros/20121224-agora_ebook.pdf
- Pires, M.** (2004). *Teorias da Cultura*. Universidade Catolica Editora. 2ª edição. ISBN: 9725401360 <https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/34080/1/9789725401361.pdf>
- Porto Canal.** 6 de janeiro de 2016. Já está aí a nova imagem do Porto Canal. Porto Canal. <https://portocanal.sapo.pt/noticia/78678>
- Porto Canal.** (s.d). Porto Canal. Website. <https://portocanal.sapo.pt>

Porto Canal. 29 de setembro de 2016. *Porto Canal está consigo desde 2006.* Disponível em: <https://portocanal.sapo.pt/sites/decada/www/index.php?p=h>

Porto Canal. 18 de dezembro de 2015. *“Novo” Porto Canal nasce já dia 11 de janeiro. Um canal para SENTIR AINDA MAIS.* <https://portocanal.sapo.pt/noticia/77435/>

Público. 3 de dezembro de 2005. *Porto Canal deve começar no primeiro semestre de 2006.* Website: <https://www.publico.pt/2005/12/03/jornal/porto-canal-deve-comecar-no-primeiro-semester-de-2006-52026>

Público. 30 de setembro de 2006. *Porto Canal, uma televisão sem vergonha do sotaque.* Website: <https://www.publico.pt/2006/09/30/jornal/porto-canal-uma-televisao-sem-vergonha-do-sotaque-100138>

Ramos, G. & Grupillo, A. (2016). *Jornalismo regional em novas plataformas.* Universidade da Beira Interior. Covilhã. https://labcom.ubi.pt/files/pjeronimo/pulsar_03_ramgru.pdf

Rebelo, C. (2010). *TV Local e alegação da sociedade civil, a diversidade e o pluralismo: o (não) caso português.* Em: II Congresso Internacional La Latina- Livro de Resumos. ISBN: 9788461442423.

Rebelo, C. & Lindemann, C. (2015). *Porto, literacia e identidade local: a contribuição do Porto Canal e do Porto24.* Em: Media e cidadania - Livro de Atas do 3.º Congresso. CECS. Braga. p. 147-161. <http://hdl.handle.net/1822/64988>

Rechena, A. 2011. Teoria das Representações sociais: uma ferramenta para a análise das exposições museológicas. Em: Cadernos de SocioMuseologia. Nº41. P. 211- 244.: [file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/2651-Texto%20do%20artigo-9110-1-10-20120225%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/2651-Texto%20do%20artigo-9110-1-10-20120225%20(2).pdf)

Sic Notícias. 20 de dezembro de 2010. *Media: Porto Canal abre novas delegações e equaciona mudar o nome.* Website: <https://amp.sicnoticias.pt/Lusa/2010-12-29-media-porto-canal-abre-novas-delegacoes-e-equaciona-mudar-o-nome>

Sobral, F. (2012). *Televisão em contexto português: uma abordagem histórica e prospetiva.* Em: Millenium. Nº42. P. 143-159. [file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/Dialnet-TelevisaoEmContextoPortugues-4047071%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/Dialnet-TelevisaoEmContextoPortugues-4047071%20(1).pdf)

Steffen, L. & Filho, F. (2017). O discurso jornalístico e as estruturas de sentimento: relações e tensões de sentidos. Em: Comunicação e Contemporaneidades. Vol. 24. Nº2. p.16-30. <https://www.e-publicacoes.uerj.br/logos/article/download/22455/22909/105989>

RTP. 2010, 17 de novembro de 2010. *Porto Canal abre mais três delegações e contrata 17 jornalistas.* https://www.rtp.pt/noticias/economia/porto-canal-abre-mais-tres-delegacoes-e-contrata-17-jornalistas_n392383

Subtil, F. (2014) *A abordagem cultural da comunicação de James W. Carey.* Em: InterCom, v. 37. P.19-44. Disponível em: <https://repositorio.ipl.pt/handle/10400.21/4108>

Thompson, K. (2005). *Estudos Culturais e Educação no Mundo Contemporâneo.* Em: Cultura, Poder e Educação: Um Debate sobre Estudos Culturais em Educação. p. 14- 38. Editora da Ubra. Universidade Luterana do Brasil. <https://search.worldcat.org/pt/title/Cultura-poder-e-educacao-i-um-debate-sobre-estudos-culturais-em-educacao/oclc/76712736>

TSF. 5 de março de 2021. *Porto Canal muda grelha e vai buscar Estela Machado à RTP.*

Valente, R. (2023). *O Jornalismo de Proximidade na Construção da Identificação Local – o caso do Porto Canal.* Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Porto. Disponível em <https://hdl.handle.net/10216/152854>

Veríssimo, I. (2012). *TV local em Portugal: Perspetivas de desenvolvimento da televisão de proximidade no novo cenário digital.* Universidade Nova de Lisboa. Lisboa. Disponível em: <https://run.unl.pt/handle/10362/8661>

Vigário, L. (2016). *O jornalismo de proximidade nos programas «Territórios» e «Mundo Local».* Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Porto. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/86437>

Woitowicz, K. (2012). Teoria Geral da Comunicação. Em: Fortuna Crítica de Luiz Beltrão: Dicionário bibliográfico. Vol 1. P. 260-267. Intercom. São Paulo.

Anexos

Anexo 1- Horários pessoais de estágio realizado entre outubro, novembro e dezembro de 2023 e janeiro de 2024

Outubro	Novembro	Dezembro	Janeiro
Dia 2: 10h-13h	Dia 1 (Feriado): 09h-18h	Dia 4: 9h-18h	Dia 2: 14h-22h
Dia 3: 08h-17h	Dia 2: 14h-22h	Dia 5: 9h-18h	Dia 3: 10h-19h
Dia 4: 08h-17h	Dia 3: 08h-17h	Dia 6: 09h-18h	
Dia 5 (Feriado): 11h-19h	Dia 7: 08h-17h	Dia 7: 11h-20h	
Dia 6: 08h-17h	Dia 8: 08h-17h	Dia 8 (Feriado): 08h-17h	
Dia 9: 14h-22h	Dia 9: 08h-17h	Dia 11: 14h-22h	
Dia 10: 13h-21h	Dia 10: 08h-17h	Dia 12: 11h-20h	
Dia 11: 14h-22h	Dia 13: 14h-22h	Dia 13: 11h-20h	
Dia 12: 14h-22h	Dia 14: 14h-22h	Dia 14: 09h-18h	
Dia 13: 14h-22h	Dia 15: 14h-22h	Dia 15: 08h-17h	
Dia 16: 14h-22h	Dia 16: 14h-22h	Dia 19: 14h-22h	
Dia 17: 14h-22h	Dia 17: 08h-17h	Dia 20: 08h-17h	
Dia 18: 14h-22h	Dia 20: 08h-17h	Dia 21: 08h-17h	
Dia 19: 14h-22h	Dia 21: 08h-17h	Dia 22: 08h-17h	
Dia 20: 08h-17h	Dia 22: 08h-17h	Dia 26: 14h-22h	
Dia 24: 08h-17h	Dia 23: 08h-17h	Dia 27: 08h-17h	
Dia 25: 08h-17h	Dia 24: 08h-17h	Dia 28: 08h-17h	
Dia 26: 08h-17h	Dia 27: 14h-22h	Dia 29 08h-17h	
Dia 27: 08h-17h	Dia 28: 14h-22h		
Dia 30: 14h-22h	Dia 29: 14h-22		
Dia 31: 14h-22h	Dia 30: 08h-17h		

Obs: Os dias semanais que não constam na grelha foram substituídos pelos feriados que estagiei. Ficou acordado com a Coordenadora Geral de conteúdos que às sextas-feiras o meu horário seria quando possível 08h-17h, tendo em conta que nesse dia da semana ia para a minha cidade de residência.

Anexo 2- Estúdio do Porto Canal na Senhora da Hora



Anexo 3- Régie do Porto Canal na Senhora da Hora



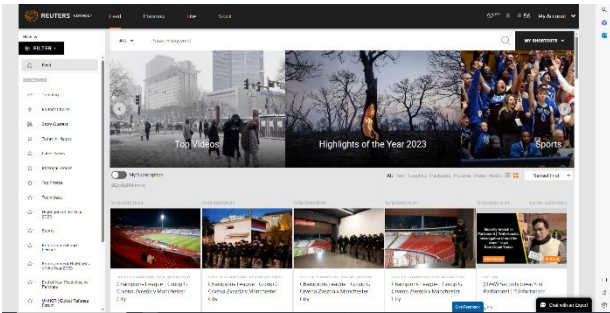
Anexo 4- Programas utilizados durante o estágio

Plataformas Utilizadas	
Agência Lusa	Fonte de notícias nacionais
Reuters	Fonte de notícias internacionais
Dalet	Depósito da programação e conteúdos do Porto Canal
Microsoft Word	Elaboração dos textos jornalísticos
Audacity	Gravação de voz
Adobe Premiere	Edição de vídeo e som
X1 Interface	Alinhamento e escrita de oráculos

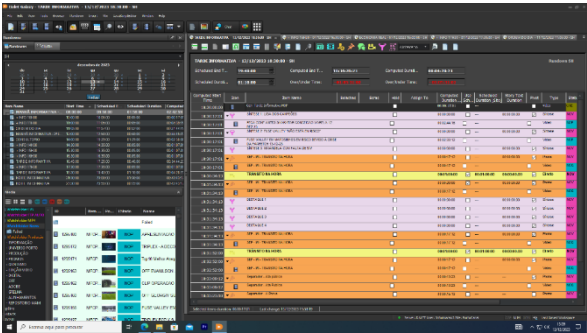
Anexo 5- Site da Agência Lusa



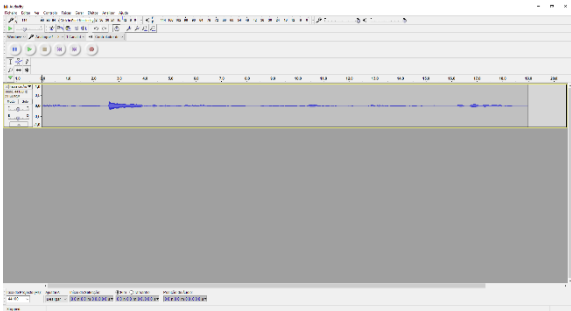
Anexo 6- Site da Reuters



Anexo 7- Programa Dalet Galaxy



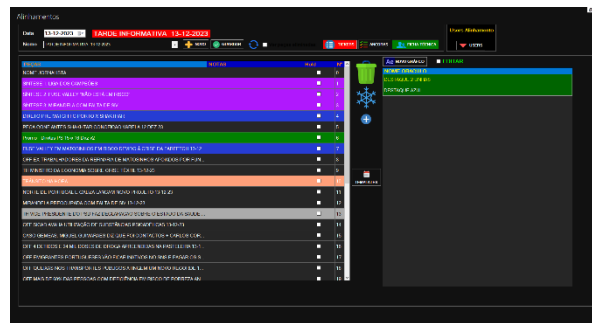
Anexo 8- Programa Audacity



Anexo 9- Programa Adobe Prèmiere



Anexo 10- Programa Interface XI



Anexo 11- Tarefas realizadas na redação para os respectivos programas

Tarefas Realizadas	Programas
Escrita de OFF's	Manhã Informativa, + Info, Tarde Informativa, Noite Informativa
Corte de TH's	Manhã Informativa, + Info, Tarde Informativa, Noite Informativa
Escrita de OFF+TH	Manhã Informativa, + Info, Tarde Informativa, Noite Informativa
Corte de Falso-Direto	Manhã Informativa, Ordem do Dia, Tarde Informativa, Noite Informativa
Legenda de TH's Internacionais	Manhã Informativa, +Info, Tarde Informativa, Noite Informativa,
Elaboração de Peças Jornalísticas	Tarde Informativa, Noite Informativa
Seleção de Imagens	Manhã Informativa, Ordem do Dia, +Info, Tarde Informativa, Noite Informativa

Anexo 12- Exemplo da Agenda

[illegible]

Obs: Neste dia saí em reportagem para a peça “Bacalhau no Natal dos Portugueses”.

Anexo 13- Saída em reportagem “Bacalhau no Natal dos portugueses” na empresa Brasmar



Anexo 14- Nota apreciativa do estágio



RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Ana Vitória de Carvalho Botelho, aluna da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, estagiou no Departamento de Informação do Porto Canal no período de outubro de 2023 a janeiro de 2024, tendo desempenhado a função de Jornalista Estagiária.

O estágio centrou-se, essencialmente, na redação de informação, tendo como tarefas o acompanhamento diário da informação, e dos jornalistas, quer na redação, quer no terreno. Numa primeira fase o trabalho centrou-se mais na edição de imagens e escrita de OFFs. A resposta dada pela Ana Vitória foi muito positiva, por isso, numa segunda fase do estágio, acabou mesmo por realizar reportagens no terreno, sob a orientação de jornalistas devidamente qualificados.

Foi sempre aplicada, interessada, pontual e de excelente integração com a equipa. Face aos desafios apresentados, registou-se um bom desempenho da mesma, obtendo uma avaliação final de MUITO BOM, o equivalente a uma classificação de 18 valores.

Ana Rita Basto
Coordenadora do estágio

Porto, 09 de Janeiro de 2024

Apêndices

Apêndice 1- Entrevista a Hugo Costa

1- Para um jornalista de um canal com foco regional e local, é importante um conhecimento prévio sobre as identidades culturais?

Num órgão de comunicação social de âmbito regional, como é o caso do Porto Canal, é desejável que exista um conhecimento da realidade geográfica, socioeconómica e política da região em que o órgão se insere. Convém que o jornalista conheça os principais protagonistas, os problemas mais prementes, as carências e valências, as ânsias da população, entre tantas outras variáveis da realidade regional. Acredito que, antes de informar, um jornalista deve conhecer, previamente. Se este não conhecer a realidade com que trabalha diariamente, como poderá informar o público de forma eficaz?

2- Há a preocupação nas peças de cultura, em representar a identidade cultural em que determinado tema se insere?

É sempre importante haver uma contextualização do objeto da reportagem. Mesmo esta não sendo “hard news”, deve haver sempre a preocupação de encontrar dados novos, mais atuais, e priorizá-los no texto jornalístico. No caso das peças de cultura, o jornalista pode sempre tentar procurar elementos interessantes que extrapolam da exposição, do evento ou do espaço que está a ser coberto para a realidade regional. Por exemplo, durante muito tempo foi discutido o financiamento das obras do Coliseu do Porto, por parte dos municípios da Área Metropolitana do Porto. Mesmo representando uma abordagem mais política, não deixa de ser cultura de uma determinada região.

3- O discurso jornalístico usado nestas peças vai de encontro, por exemplo, a expressões usadas em determinada região ou local? Isso aumenta a sensação de proximidade?

Não podemos esquecer que o discurso jornalístico deve ser factual, objetivo e claro. Ainda assim, há determinados tipos de peças que podem - e devem - recrutar o lado mais criativo do jornalista e da escrita jornalística. Peças que se insiram na “editoria” de cultura são um bom exemplo de um teste à criatividade jornalística. Em televisão, essa criatividade pode ser explorada de variadíssimas formas, desde o encadeamento das imagens e dos sons, até à própria escrita do texto, que pode incluir jogos de palavras,

metáforas ou mesmo expressões mais “regionais”. No entanto, é importante haver moderação e saber quando e em que tipo de peças usar esse tipo de discurso.

4- Qual a importância destas peças para o alinhamento dos blocos noticiosos do Canal?

Por norma, os alinhamentos noticiosos priorizam as “hard news”, a atualidade sociopolítica, os acontecimentos mais recentes na região ou no país, as notícias que mais rapidamente criam empatia e interesse no público. Daí existir a tendência de enviar as peças de cultura para a parte final dos alinhamentos dos blocos informativos. E, do ponto de vista narrativo, até acaba por ser “simpático” e “giro” encerrar um noticiário com uma exposição, uma amostra, um objeto artístico, uma reportagem de um evento cultural.

5- O jornalismo praticado pelo Porto Canal é considerado um forte representante das identidades?

O Porto Canal assume-se como porta-estandarte da região Norte e, ao nível da produção jornalística, é dado um ênfase quase exclusivo à região, pelo menos no que diz respeito aos serviços no terreno. É evidente que há temáticas da atualidade política e socioeconómica do país, bem como do quotidiano internacional, que não podem ser ignoradas. Contudo, creio que é visível o protecionismo da região Norte e das gentes do Norte no conteúdo informativo que é produzido e transmitido. Se as pessoas se sentem representadas e se identificam com ele, já é uma resposta que deve vir do público.

6- Há alguns elementos de identidade cultural que se destaquem nas regiões em que os jornalistas do porto canal atuam?

Nos bastidores do Porto Canal há um chavão recorrente que é o da “televisão com sotaque do Norte”. O modo de ser e de viver da população e o dia-a-dia da região acabam por ter reflexo na informação que é produzida.

7- Qual a importância das identidades para o jornalismo praticado no Porto Canal?

Considerando que, editorialmente, o Porto Canal assenta a sua cobertura na região Norte, os elementos que lhe são mais peculiares e característicos acabam por ser indissociáveis da informação que é produzida. Ainda assim, não deixa de ser um canal generalista. Mesmo cobrindo maioritariamente temas de âmbito regional, é consumido no país inteiro e deve comunicar para públicos mais abrangentes, independentemente das suas raízes.

Apêndice 2- Entrevista a Daniela Assunção

1- Como é gerida a definição dos temas para as peças jornalísticas dos blocos noticiosos?

A informação de temas para peças, é definida em função da nossa linha editorial (proximidade, temas eixo como regionalização e/ou descentralização e território) e também grau de importância. Por isso, sempre que os temas são sobre local/regional, tentamos dar mais visibilidade do que outros assuntos.

2- O alinhamento dos blocos noticiosos segue alguma estrutura?

O alinhamento de todos os jornais é feito em função da importância das peças para o Porto Canal. Uma peça sobre algo local, vai ter muito mais importância do que um assunto nacional. Portanto, fica sempre na "cabeça" dos alinhamentos

3- A cultura é um campo relevante para os blocos noticiosos? Porquê? E de que forma é encaixada nos alinhamentos?

A Cultura, como qualquer tema é super importante para os alinhamentos de jornais, porque servem para dar um respiro das "más" notícias que compõem a maioria dos alinhamentos. No nosso alinhamento, aparecem sobretudo nas nossas tardes informativas e sempre de forma estratégica para quebrar temas.

4- Que conjunto de elementos de identidade cultural se mostram relevantes para darem uma peça?

Tudo o que seja festivais da região, peças de teatro que marcam temporada, exposições relevantes para a região, merecem espaço em reportagem.

5- As peças jornalísticas com elementos de identidade cultural, por norma, situam-se em que parte do alinhamento? Seriam peças, que dariam, por exemplo, uma abertura?

As peças de cultura, num alinhamento da tarde informativa, servem, como já disse, para quebrar alinhamento, portanto, aparecem mais ou menos a meio do jornal. Abertura por si só como peça de cultura, não dá para abrir um jornal. Mas a cultura já abriu muitos dos nossos jornais. Por exemplo, quando a Seiva Trupe perdeu os apoios do Governo.

6- De que forma o Porto Canal ajuda a promover a Identidade Cultural das Regiões?

Aqui tentamos dar voz a instituições e organismo que perdem relevância noutros canais nacionais. Por isso, tentamos fazer sempre em destaque o Carnaval dos Caretos, A Semana Santa em Braga, o Fantasporto ou a exposições em Serralves, para ajudar a manter essa Identidade cultural.

7- Há, em particular, alguns temas ou regiões associadas à identidade cultural que sejam explorados mais recorrentemente pelo canal?

Além dos que mencionei, Carnaval de Ovar é recorrente, Noite Branca de Braga, peças de Teatro no Teatro Nacional de São João ou Theatro Circo.

8- Qual a visão do Porto Canal perante a questão das identidades?

É importante manter, para ajudar a preservar costumes, tradições e memórias.

9- Que elementos de identidade cultural se destacam na região do Porto, sendo este o maior foco do canal?

Na região do Porto, olhamos com especial atenção para as festividades do São João, para a viagem Medieval, O São Pedro e o Santo António.

10- Breve definição sobre a audiência do Porto Canal Sobre a audiência do Porto Canal.

Sabemos que é muito heterogénea. Mas este é um departamento recente e os dados ainda são muito prematuros para conseguir fazer uma análise.

Apêndice 3- Entrevista a Ana Rita Basto

1- Existem algumas mudanças na linha editorial e na programação do canal que se têm vindo a sentir ao longo dos anos?

Sim, ao longo dos anos o Porto Canal foi fazendo alguns ajustes na linha editorial e na programação, mas a matriz do canal esteve sempre presente. O canal feito a partir do Norte, que olha para a região de uma forma mais cuidada. Mesmo em assuntos nacionais, tentamos perceber o impacto que têm nas populações a nível mais local. Tentamos que toda a região se sinta de alguma forma representada naquilo que fazemos. A ligação ao Futebol Clube do Porto é outra das marcas distintivas, é uma instituição que representa ao país nacional e internacionalmente, por isso acabamos também por nos distinguirmos dos outros órgãos de comunicação, por termos conteúdos exclusivos do clube.

2- A identidade cultural das regiões é um tema relevante para a atribuição de peças?

É um tema que damos bastante relevância, tentamos mostrar as diferenças, aquilo que define determinado local. Pode ser uma festa, tradição ou simplesmente algum elemento etnográfico. A região norte é rica na produção de elementos distintivos, tradições, pagãs e cristãs, a nós cabe-nos, em muitos momentos, ajudar na divulgação e preservação dessas marcas distintivas.

3- O Porto Canal procura fazer peças que não se fazem em outros canais? Sobre que temas?

Sim, procuramos fazer coisas diferentes, mas não deixamos de fazer os assuntos importantes que os outros fazem. Claro que há temas, que a nós nos interessam mais, a Descentralização/Regionalização, Problemas de insegurança na cidade do Porto, a questão do IMI das barragens do Douro e muitos outros. É como se olhássemos para a região através de uma lupa, tentamos ir mais longe e perceber quais os assuntos que mais interessam às populações.

Apêndice 4- *Playlist* com os conteúdos da Amostra

https://www.youtube.com/playlist?list=PLS-Bti16VkHzfb6rpaEp_T7C9ggsf9Zlq

Apêndice 5- Santuário Senhora da Peneda em Arcos de Valvedez é monumento nacional 12-10-23

PIVOT

O Santuário de Nossa Senhora da Peneda, em Arcos de Valvedez, foi hoje classificado como Monumento Nacional.

= OFF=

O decreto já foi publicado em Diário da República.

O conjunto é composto pela igreja neoclássica, pelo edifício do antigo albergue de peregrinos, e por uma sucessão de escadarias e largos que antecedem a alameda arborizada desenvolvida ao longo do vale.

Apêndice 6- Festival de Órgão no Porto leva música a instrumentos com 300 anos 17-10-23

Os órgãos de tubos das igrejas do Porto vão voltar a soar. Apartir de quinta-feira regressa o festival Internacional de órgão e música Sacra. São 44 concertos em municípios do grande Porto. A Portugal chegam alguns dos mais reconhecidos organistas do mundo.

-Vivo1-

Os 2 órgãos mais antigos da Sé do Porto remontam ao século 18 mas ouvir música Sacra não se restringe a obras datadas ou medievais.

-Vivo2-

Se quiser ouvir música Sacra em órgãos com séculos de existência, o primeiro concerto é esta quinta-feira às 21 e 30 na Sé Catedral do Porto mas há concertos e horários para todos

Apêndice 7- Inauguração do novo edifício do museu da arte 19-10-23

O Museu de Serralves tem a partir de agora uma nova ala dedicada ao arquiteto Siza Vieira.

A cerimónia de inauguração contou com a presença do primeiro-ministro, António Costa, que sublinhou a importância da parceria público-privada entre o Governo e Serralves.

A beleza é o serviço a prestar pelo arquiteto. É com estas palavras que abre portas em Serralves a Ala Siza.

-Vivo1 Siza Vieira-

Num sonho que se transformou em obra, é num espaço de 4.200 metros quadrados que se homenageia e perpetua a inspiração de um dos génios da arquitetura portuguesa, e onde a natureza assume um papel de destaque.

-Vivo2 Ana Pinho-

Numa cerimónia marcada pela presença do autarca do Porto e do ministro da Cultura, foi o também presente primeiro-ministro, António Costa, que sublinhou a importância de cultivar a parceria entre o Governo e Serralves.

-Vivo3 António Costa-

Numa fase inicial, o espaço vai acolher vários programas dedicados à arquitetura de Álvaro Siza, entre conferências, visitas e lançamentos.

A nova ala Siza do Museu de Serralves teve um apoio de 4 milhões de euros por parte do NORTE 2020, num investimento total no novo espaço de mais de 10 milhões de euros.

Apêndice 8- Município do Porto e CTT apresentam selo comemorativo dos 900 anos da carta de Foral do Porto 27-10-23

É a primeira vez que o primeiro foral do Porto, datado de 1123, sai do arquivo histórico municipal para ser exposto durante 2 dias no salão nobre dos Paços do concelho. Com 900 anos de história o documento é considerado o mais antigo do município e antecede a fundação do país.

-Vivo1 João Bento-

Quando em 1123, o bispo dom Hugo deu ao Porto a sua primeira carta de foral, ficou reconhecida a autonomia da cidade portuense e o papel determinante na fundação do país. O foral simboliza a ascensão do Porto enquanto território com a sua própria história, cultura e identidade. Rui Moreira refere que há traços hereditários que ainda se mantêm desde a emancipação da cidade.

-Vivo2 Rui Moreira-

Para assinalar este marco além da exposição de entrada livre, os CTT vão lançar um selo comemorativo da data.

Apêndice 9- WORLD PRESS PHOTO 2023 01-11-23

Desde 1955 que o concurso World Press Photo reconhece e celebra o melhor fotojornalismo e fotografia documental. A foto do ano pertence a Evgeniy Maloletka com uma imagem da guerra na Ucrânia durante o cerco a Mariupol.

-Vivo1 Paulo Ramalho-

Tudo o que se passou durante um ano contado através de imagens. Com um simples clique um acontecimento em qualquer parte do Globo pode tornar-se mais próximo. As fotos que fazem parte desta exposição passaram por rigorosos critérios de seleção.

-Vivo2 Paulo Ramalho-

A exposição já acontece na Maia há 24 anos e continua a merecer um grande interesse por parte do Público

- Vivo3 Visitantes-

O evento é aproveitado pelo município da Maia como uma forma de sensibilizar a população em relação aos objetivos de desenvolvimento sustentável.

-Vivo4 Paulo Ramalho-

A escolha pode ser feita até ao dia 19 de novembro, no fórum da Maia.

Apêndice 10- OFF Feiras Novas inscritas como Património Cultural 23-11-23

PIVOT

As Feiras Novas vão ser declaradas Património Cultural. O pedido de inscrição foi concretizado em 2017, tendo o mesmo já, ter sido aperfeiçoado, pelo atual executivo.

=OFF=

A decisão é da Direção-Geral do Património Cultural. A inscrição ainda será oficializada através de publicação em Diário da República.

A Autarquia considera que a concretização da inscrição como Património Cultural Imaterial foi um importante passo para a salvaguarda das festas concelhias de Ponte de Lima.

Apêndice 11- Comboio Histórico do Vouga de regresso Natal 25-11-23

A Chegada do Natal é anunciada pelo regresso do comboio histórico na linha do Vouga. Uma viagem especial no tempo, um passeio em família, uma estreia para a pequena Ema.

-Vivo1 Passageiros-

O comboio parte de Aveiro em direção a Macinhata do Vouga. Uma experiência única para os 109 passageiros a bordo das 4 carruagens, todas elas com mais de uma centena de anos.

-Vivo2 Passageiros-

Chegados à estação de Macinhata do Vouga, os passageiros são recebidos pelas tradições locais e convidados a descobrir a identidade ferroviária da comunidade.

-Vivo3 Passageiros-

No regresso o comboio tem paragem marcada em Águeda há tempo para passear pelas ruas iluminadas num caminho que leva até ao maior pai Natal do mundo.

-Vivo4 visitantes-

Até dia 6 de janeiro há mais 6 viagens do comboio histórico do Vouga com direito a toda a magia e alegria do Natal.

Apêndice 12- Noite de Nicolinas em Guimarães 29-11-23

Nem a chuva travou, as milhares de pessoas participaram no arranque das Nicolinas...

Guimarães saiu à rua, ontem à noite, para o emblemático cortejo do Pinheiro...

Estão oficialmente abertas as festas Nicolinas.

Milhares de pessoas participaram no cortejo que decorreu esta quarta-feira... e nem a chuva travou a população.

-Vivo1-

Os festejos começaram às 22 horas, com o tradicional cortejo do Pinheiro...

Desde o Campo de São Mamede até ao Largo de São Gulater, as pessoas percorreram as ruas da cidade até ao monumento de homenagem ao Nicolino, onde foi erguido o Pinheiro.

-Vivo2-

As festas Nicolinas vão decorrer até dia 7 de dezembro e marcam o arranque das festividades do Natal no concelho.

Apêndice 13-17ª Edição do Presépio ao vivo de Priscos 17-12-23

Firmino Silva está desde a primeira hora no Presépio de Priscos. Já lá vão 17 anos.

Ajudou a construir os primeiros cenários e, agora, com 83 anos, dá vida ao Rei Herodes.

-Vivo1 Firmino Silva-

Um amor que passou para a família. O filho, José, representa o centurião do acampamento militar, que em tempo de guerra, quer passar uma mensagem de paz.

-Vivo2 José Silva-

É um dos 90 cenários espalhados pelos 30 mil metros quadrados. Uma viagem ao tempo de Jesus, vivida todos os anos por milhares de visitantes.

-Vivo3 visitantes-

Um projeto comunitário que envolve cerca de 600 figurantes.

A estrela do presépio continua a ser a gruta onde Maria e José aguardam pelo nascimento de Jesus.

-Vivo4 Visitantes-

Em Priscos, Braga, conta-se a história do verdadeiro Natal, num presépio que é também um projeto de inclusão social.

-vivo5 Padre-

É o maior presépio ao vivo da Europa. Está de portas abertas até dia 14 de janeiro.

Apêndice 14- Bacalhau no Natal dos Portugueses 14-12-2023

Peixe a peixe vai sendo produzido aquele que é a Estrela de todos os natais. O bacalhau brilha na mesa dos portugueses durante todo o ano mas nesta época ganha outro sabor. Até chegar aos pratos são vários processos pelos que passa, desde o bacalhau seco ao demolido, o consumo é elevado e distingue o bacalhau como o rei da gastronomia portuguesa.

-vivos1-

Em águas de bacalhau está o demolido aquele que é o mais procurado pelos portugueses para as confeções.

-vivos2-

No Natal o bacalhau é tradição na noite de consoada. O mais comum é o cozido mas há já quem arrisque em novas receitas que envolve o ingrediente.

-vivo3-

O bacalhau entrou na cozinha dos portugueses por volta do século 14 e popularizou-se ao longo dos tempos... este Natal como é já costume não pode faltar.

Apêndice 15- Preparação doces de Natal 19-12-23

E nesta noite...há o protagonista da consoada...não falo do bacalhau, mas sim do bolo-rei... o doce que representa os presentes dos reis magos entregues ao menino Jesus.

Com o Natal à porta, altura de pôr as mãos na massa para levar os doces à mesa dos portugueses...

O Pão de ló e o Bolo Rei são uma presença habitual e começam a ser preparados bem cedo.

-vivo1-

Nesta confeitaria histórica de 1935 situada na foz, há doces que fazem as honras da casa... hábitos que se mantêm e outros que se renovam, mas há um segredo que acompanha a tradição...

-vivo2-

E as expectativas para esta época natalícia são positivas...

-vivo3-

Sem mãos a medir e umas horas depois, bolo-rei e pão de ló estão prontos para adoçar o Natal dos portugueses...

Apêndice 16- Preparação para o Natal e Passagem de Ano com brinde 19-12-23

-vivo1-

Os maiores tesouros da Murganheira estão escondidos debaixo da terra: as caves de granito azul...um espaço ímpar que a natureza oferece e que se tornou um armazém sem igual que guarda mais de 2 milhões de garrafas de espumante

-vivo2-

Estes são dias de muita azáfama... na época de Natal e ano novo multiplicam-se os pedidos

-vivo3-

Com o passar dos anos o espumante foi abrindo espaço e deixou de ser apenas um símbolo de celebrações.

-vivo4-

Nestas caves produz-se um milhão de garrafas por ano, o que permite uma faturação de seis milhões de euros. O segredo para este sucesso é a fidelidade ao método clássico para a produção do espumante.

-vivo5-

Uma história que começa na videira, esconde-se debaixo do chão por um longo período e todos os anos por esta altura regressa à superfície para servir de presente e acompanhar as típicas celebrações natalícias e mais ainda entram em estágio para dar boas-vindas ao novo ano, até porque se tornou presença obrigatória nas 12 badaladas. O som que todos conhecemos da rolha a saltar do gargalo é o prenúncio dos brindes que se seguem para festejar o início de um novo ciclo.

Apêndice 17- Vendas e Homenagens Dia de Todos os Santos 01-11-23

O feriado de 1 novembro é dia de grande azáfama junto ao cemitério da senhora da hora. Este é apenas um dos muitos cemitérios onde se instalam as floristas e comerciantes de velas e ornamentos. Para eles, o dia de todos os santos é sinónimo de grande trabalho.

-vivos1 floristas-

É também um dia de grande emoção e nostalgia... muitos visitam familiares e amigos as campas e os jazigos daqueles que já faleceram, num dia carregado de grande simbolismo.

-vivo2 pessoas-

O dia de todos os santos é feriado católico, dedicado a honrar a memória de todos os defuntos.

Apêndice 18- 66ª Edição da Volta a Paranhos 08-12-23

Uma das mais antigas competições de atletismo do país regressou à estrada e à freguesia que a viu nascer. A tradicional Volta a Paranhos completou a edição 66 esta sexta-feira.

-vivos1- antiga atleta+ presidente salgueiros

A Volta a Paranhos é uma prova emblemática da cidade do Porto...

Amadores e profissionais, dos mais graúdos aos mais pequenos, marcam presença nesta competição!

A edição deste ano contou com 2500 participantes de todo o país.

-vivos2- vencedor + criança

A corrida é composta pela distância clássica de dez quilómetros, uma caminhada de quatro quilómetros e ainda mini-voltinha de 500 metros, direcionada aos mais pequenos.... A volta a Paranhos regressa no próximo ano.

Apêndice 19- Jogo do pau de Cabeceiras de Basto Património Cultural 29-12-23

O mestre vai dando as indicações ao grupo de jovens que atentos vão dando corpo aos comandos em mais um treino do jogo do pau. A técnica ancestral nasceu da necessidade de defesa ou ataque no mundo rural e acabou por se tornar uma arte que requer muito esforço para ser dominada....

-vivo1-

Uma arte que agora está inscrita no Inventário Nacional do Património Cultural Imaterial.

-vivo2-

Na freguesia de Abadim, a associação recreativa tem uma escola de jogo do pau que ao longo dos anos tem conseguido manter viva esta tradição.

-vivo3-

No comunicado em que a Direção-Geral do Património Cultural da conta da inscrição desta arte no inventário nacional é referido a transmissão de conhecimento sobre o 'Jogo do Pau' que tem ocorrido de geração em geração entre membros unidos por laços familiares. E por isso é com orgulho que em Abadim se treina este grupo de jovens que garante mais uma geração a perpetuar a arte.

-vivo4-

Este é apenas o início de uma caminhada que tem como missão manter viva esta tradição secular.

-vivo5-

Os treinos são exigentes, é preciso muito empenho e destreza para dominar a técnica. O velho mestre aprova o talento da nova geração que vai levando o Jogo do Pau a apresentar-se em feiras, festas, romarias e outros eventos culturais, tanto em Portugal como no estrangeiro.