



FACULDADE DE LETRAS
UNIVERSIDADE DO PORTO

Cristiana Raquel Almeida Domingues

2º Ciclo de Estudos em Ciências da Comunicação

Relatório de estágio no Porto Canal
A orientação editorial antes e depois do Futebol Clube do Porto – análise do
principal bloco noticioso.

2013

Orientadora: Prof.^a Doutora Helena Lima

Classificação: 16 valores

Ciclo de estudos: 2º Ciclo

Dissertação/relatório/Projeto/IPP:

Versão definitiva

Ao meu irmão, Pedro Domingues.

AGRADECIMENTOS

“Porque o jornalismo é uma paixão insaciável que só se pode digerir e humanizar mediante a confrontação descarnada com a realidade. Quem não sofreu essa servidão que se alimenta dos imprevistos da vida, não pode imaginá-la. Quem não viveu a palpitação sobrenatural da notícia, o orgasmo do furo, a demolição moral do fracasso, não pode sequer conceber o que são. Ninguém que não tenha nascido para isso e esteja disposto a viver só para isso poderia persistir numa profissão tão incompreensível e voraz, cuja obra termina depois de cada notícia, como se fora para sempre, mas que não concede um instante de paz enquanto não torna a começar com mais ardor do que nunca no minuto seguinte.”

Gabriel García Marquez

O verbo agradecer, apesar de toda a grandeza que lhe é inerente, parece-me pouco para valorizar o apoio incondicional que recebi ao longo da realização deste relatório de estágio. Começo por dedicar as primeiras palavras à minha orientadora, Professora Doutora Helena Lima, pelos conselhos e conhecimentos tão sábios e preciosos.

Um obrigado especial à Vanda Balieiro, chefe de redação no Porto Canal, que me acolheu e me deu a oportunidade de, durante 3 meses, me sentir uma verdadeira Jornalista. Obrigada pela paciência, pelo apoio, pelos conselhos e por me fazer “sentir em casa”.

Um obrigado sentido a toda a produção do Porto Canal, em particular à Fátima Ribeiro de Almeida, por acreditar no meu trabalho e por me encorajar a fazer sempre mais e melhor.

Um obrigado a toda a equipa de redação, especialmente às jornalistas Vânia Correia, Mariana D’Orey, Eduarda Pires, Cátia Neves, Bárbara Silva, Alexandra Martins, Ana Rita Bastos, Carla Ascensão, Cláudia Fonseca, Sónia Balieiro e aos jornalistas Humberto Ferreira, Pedro Carvalho da Silva e José Luís Bessa, pelos conselhos, pelos ensinamentos, pela paciência e pela boa disposição.

Um obrigado a todos os colegas de mestrado que me proporcionaram belos momentos que guardarei para a vida, em especial à Bruna Silva, à Ana Mário Praça, à Liliana Viana e ao Zé Carlos.

Um obrigado aos amigos de outros tempos, que ainda hoje marcam presença na minha vida. A vocês, Carla Ascensão e Tânia Pacheco, agradeço os lanches e as

gargalhadas que me animaram e fizeram acreditar que era possível. A ti, Raquel Pandeirada, por seres como és e por me transmitires aquela motivação que te é tão característica. A ti, Joana Rico, pela paciência e pelo apoio.

Um obrigado a toda a minha família, em especial aos meus pais e avós, à Nininha e à Adriana, por se interessarem pelo meu trabalho e por valorizarem e compreenderem todo o meu esforço e dedicação.

Um obrigado a ti, Pedro, irmão inesperado, pelas perguntas e pelo carinho com que me mimaste nos momentos mais difíceis.

Um obrigado a ti, Fábio, pelas palavras de encorajamento, pelas críticas e pelo suporte emocional que nunca me negaste.

Um obrigado àqueles que aqui não referi, mas que sabem que estão no meu coração.

Cristiana Domingues

RESUMO

Nos meios de comunicação social de menor dimensão assiste-se a um estreitamento das relações de proximidade entre o jornalista e a sua audiência. É no jornalismo regional e local que o público encontra informações que, de outro modo, dificilmente conseguiriam obter, devido à falta de cobertura jornalística – em algumas localidades – por parte dos meios de maior dimensão. As pressões oriundas de diversas instituições locais ou regionais podem influenciar a atividade jornalística, mas cabe ao jornalista garantir a credibilidade do seu trabalho, fazendo um esforço redobrado por seguir os cânones da profissão.

Com a realização do estágio no Porto Canal, foi possível reforçar a prática de um jornalismo de proximidade e assim compreender as relações que se estabelecem nestes meios de comunicação de menor dimensão. O início da gestão do Futebol Clube do Porto, um dos clubes com maior influência a nível nacional, foi motivo de análise neste relatório, que pretende aferir o impacto que esta situação causou na informação do Porto Canal, nomeadamente no seu principal bloco informativo.

Palavras-Chave: *Jornalismo, Proximidade, Televisão, Informação, FC Porto, Meios de Comunicação Social Locais e Regionais*

ABSTRACT

In the smaller *media* a narrowing of the proximity relation between the journalist and the audience can be observed. It's in the regional and local journalism that the public relies on to find information that would otherwise be difficult to obtain, given the lack of journalistic coverage, in certain locations, by the bigger *media*. The pressures derived from the diverse local or regional institutions can bias the journalistic activity, but it is the journalist's task to guarantee the credibility of his work by doubling his efforts to follow the canons of his profession.

With the completion of the internship at Porto Canal, it was possible to reinforce the practice of proximity based journalism and therefore understand the relations that are established through the smaller *media*. The beginning of Futebol Clube do Porto's, one of the teams with a larger influence on the country, management was cause for analysis in this report, which intends to monitor the impact that this situation had on Porto Canal's information, namely its main news show.

Keywords: *Journalism, Proximity, Television, Information, FC Porto, Local and Regional Media*

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	8
1. JORNALISMO DE PROXIMIDADE	10
1.1. A Proximidade no Jornalismo Local e Regional	10
1.2. As Relações de Proximidade: o Papel do Jornalista	18
2. JORNALISMO TELEVISIVO	26
2.1. A Proximidade no Jornalismo Televisivo	26
2.2. Televisão Regional e Especialização	31
2.3. O Desporto no Jornalismo Televisivo	33
3. ESTUDO DE CASO	37
3.1. Metodologia	38
3.2. Discussão de Resultados	41
4. O ESTÁGIO	49
4.1. A Empresa	50
4.2. A Influência do Futebol Clube do Porto	54
4.3. Finalidade e Processo de Realização do Relatório de Estágio	56
4.4. Atividades Desenvolvidas ao Pormenor	57
CONCLUSÃO	66
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	68
APÊNDICES	74
ANEXOS	77

INTRODUÇÃO

“Precisamos de notícias para vivermos, para nos protegermos, para criarmos laços, para identificarmos amigos e inimigos. O jornalismo é, simplesmente, o sistema concebido pelas sociedades para fornecer estas notícias. É por isso que nos preocupamos com o tipo de notícias e o jornalismo que temos: estes elementos influenciam a qualidade das nossas vidas, os nossos pensamentos e cultura”.

(Kovach & Rosenstiel, 2004: 6)

De facto, o jornalismo é uma presença constante na sociedade atual e cada vez mais se sente a necessidade de saber o que se passa no mundo, no país, na região ou na própria rua. “Estar a par de acontecimentos que não podemos testemunhar pessoalmente confere-nos uma sensação de segurança, controlo e confiança” (Kovach & Rosenstiel, 2004: 6) e cabe aos jornalistas e aos meios de comunicação social transmitir essas informações ao público. Contudo, esta sede de informação deve ser correspondida com um jornalismo sério, que procure transmitir as notícias com rigor. Kovach e Rosenstiel (2004: 10) enumeram nove princípios – consensuais entre os jornalistas – que, na sua opinião, constituem os elementos do jornalismo:

1. *“A primeira obrigação do jornalismo é para com a verdade;*
2. *O jornalismo deve manter-se leal, acima de tudo, aos cidadãos;*
3. *A sua essência assenta numa disciplina de verificação;*
4. *Aqueles que o exercem devem manter a independência em relação às pessoas que cobrem;*
5. *Deve servir como um controlo independente do poder;*
6. *Deve servir de fórum para a crítica e compromisso públicos;*
7. *Deve lutar para tornar interessante e relevante aquilo que é significativo;*
8. *Deve garantir notícias abrangentes e proporcionadas;*
9. *Aqueles que o exercem devem ser livres de seguir a sua própria consciência”.*

Seguindo estes nove elementos, o jornalista conseguirá cumprir a finalidade do jornalismo, ou seja, fornecer ao público a informação de que este precisa para ser livre e se autogovernar. São, então, “princípios que se esbateram ou diluíram ao longo dos

tempos, mas que estiveram sempre presentes, de uma forma ou de outra” (Kovach & Rosenstiel, 2004: 9).

Meryl Aldridge diz na sua obra, *Understanding the local media*, que “Life is global; living is local” (Aldridge, 2007: 3), realçando a importância dos *media* locais face ao momento de globalização vivido atualmente. Na realidade, apesar de assistirmos a uma globalização potenciada pelos meios de comunicação de massa, os assuntos relativos ao meio local e regional ganham cada vez mais destaque.

Esta questão assume uma importância fulcral no jornalismo local e regional, onde o jornalista acaba por estar muito próximo do seu público-alvo, bem como dos acontecimentos que são notícia. Muitas vezes, descredibiliza-se este tipo de jornalismo por se pensar que o jornalista não consegue ser independente face a fatores externos que podem comprometer a veracidade dos factos.

O presente relatório tem como objetivo principal analisar até que ponto a ligação do Porto Canal a um dos principais clubes de futebol a nível nacional (o Futebol Clube do Porto) pode alterar a linha editorial e assim interferir no alinhamento do principal bloco informativo do canal. Pretende-se, portanto, perceber se o facto de o FC Porto estar estritamente ligado ao Porto Canal pode fazer com que o clube seja um assunto prioritário, relativamente ao restante panorama informativo. Passará o Porto Canal a ser um canal desportivo ou irá manter a sua ligação ao Norte?

Jaime Dias (2012: 77), na sua tese de mestrado, concluiu que, 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”. Apesar de tal acontecer menos vezes que o esperado, Dias (2012) considerou que o factor proximidade se revelava presente. O crescente número de delegações espalhadas um pouco por toda a região norte é também uma evidência dessa proximidade. Deste modo, seguimos para este estudo partindo da ideia proposta por Dias (2012), que afirma que o Porto Canal dá prioridade ao Norte, desenvolvendo um jornalismo de proximidade. Esta questão será então uma referência no decorrer da análise de conteúdo, que será desenvolvida num outro momento do presente relatório.

1. JORNALISMO DE PROXIMIDADE

1.1. A Proximidade no Jornalismo Local e Regional

Com o desenvolvimento dos *media*, também as práticas jornalísticas foram sofrendo alterações. O próprio papel do jornalista foi-se alterando em função das novas necessidades apontadas pelos *media*, assim como a posição do público face às notícias. O público procura, cada vez mais, não só saber o que se passa no mundo ou no seu país, como também na sua região, bairro ou na sua rua. Como tal, procura um jornalismo de qualidade, que lhe seja próximo, e que o informe dos assuntos que realmente lhe interessam.

Nos últimos vinte anos, o papel da imprensa local e regional tem sido progressivamente valorizado, na medida em que se reforçou a máxima de “pensar globalmente, atuar localmente” (Camponez, 2002: 74; Garcia, 2004: 18).

A tendência é para uma globalização de conteúdos e de informação, em que os conceitos global e local estão inextricavelmente ligados (Correia, 1998: 158). A globalização poderá, assim, constituir-se como uma oportunidade para o desenvolvimento dos *media* locais e não um entrave. Como refere Giddens (1996: 76, cit. por Correia, 1998: 151) “a comunidade local não é um ambiente saturado de significados familiares e dados como certos, mas sim, em grande medida, uma expressão localmente situada de relações distantes”.

“Que papel poderá ter uma comunicação social regional e local no tempo de globalização e desterritorialização?” A pergunta colocada por Sousa (2002: 5) faz todo o sentido. Contudo, para compreender esse papel é necessário esclarecer, em primeiro lugar, os conceitos de comunicação social local e regional.

A definição de limites entre local e regional não é linear pois, tal como afirma Lopes (2008: 137), “vivemos em territórios flutuantes, talvez porque também mudamos permanentemente de espaços”.

No Dicionário da Língua Portuguesa (2010), esses limites também não são esclarecidos totalmente. A definição de local aponta para 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”. Já a definição de regional indica “referente a uma região, local; típico ou característico de determinada região”. Apesar de na definição de local o conceito de região não marcar presença, na definição de região o

conceito local é considerado um sinónimo. Logo aqui se percebe a complexidade destes conceitos. Verificamos a existência de diferenças entre os conceitos, mas, no contexto do jornalismo, essas disparidades geográficas acabam por ser atenuadas.

Segundo o artigo 1º do estatuto da imprensa regional:

“Consideram-se de imprensa regional todas as publicações periódicas de informação geral, conformes à lei da imprensa, que se destinem predominantemente 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”.

Deste modo, considera-se imprensa regional, não só as publicações de índole regional, como as referentes a uma comunidade em particular. O estatuto vai mais longe e, no artigo 2º, identifica as funções específicas da imprensa regional:

- a) Promover a informação respeitante às diversas regiões, como parte integrante da informação nacional, nas suas múltiplas facetas;*
- b) 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;*
- c) Assegurar às comunidades regionais e locais o fácil acesso à informação;*
- d) Contribuir para o enriquecimento cultural e informativo das comunidades regionais e locais, bem como para a ocupação dos seus tempos livres;*
- e) 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;*
- f) Favorecer uma visão da problemática regional, integrada no todo nacional e internacional.”*

Esta definição e as funções apresentadas no estatuto da imprensa regional apontam essencialmente para uma distinção geográfica. De facto, a questão geográfica é importante na definição de jornalismo regional, colocando-o num ponto intermédio entre o nacional e o local. Desta forma, o jornalismo regional abrange uma área de cobertura menor que o nacional e maior que o local.

Camponez (2002: 129) sublinha o papel geográfico como fator de adesão do público, mas considera que “a proximidade já não se mede em metros” e os conteúdos que são produzidos longe podem ser bem próximos e vice-versa. Defende ainda que, do mesmo modo que não é a proximidade geográfica que unicamente constrói o *media* regional, também não é a comunicação de massas que leva à destruição da identidade (Camponez, 2002).

Camponez (2002: 19) coloca o acento tónico na territorialização da comunicação para delimitar os conceitos de comunicação social local e regional. Na sua opinião, as características que melhor definem a imprensa regional são “a sua forte territorialização, a territorialização dos seus públicos, a proximidade face aos agentes e às instituições sociais que dominam esse espaço, o conhecimento dos seus leitores e das temáticas correntes na opinião pública local” (Camponez, 2002: 19). A comunicação social regional constrói-se, portanto, com base num compromisso mútuo que prima pela proximidade entre o jornalista e o público, sendo aqui que reside a sua identidade. Assim, tanto ao nível das fronteiras como do público, existe uma grande proximidade com o jornalista, tendo por base um compromisso entre as várias partes envolvidas.

Já Sousa (2002), à semelhança de Camponez (2002), refere a territorialização como um conceito chave para se explicitar o que se entende por comunicação social local e regional. Partindo deste conceito, entende-se a comunicação social local e regional como “aquela que se estabelece numa comunidade de vizinhos através de meios de comunicação que lhe são próximos” (Sousa, 2002: 4). Nesta definição é ainda necessário ter em conta outros conceitos.

Em primeiro lugar, Sousa (2002: 4) refere o conceito de comunidade. Por comunidade entende-se um conjunto de pessoas que partilham valores e interesses comuns. Ora, nos meios de comunicação social regionais e locais, esta proximidade e a ligação ao território são fatores bem presentes, dada a dimensão destes *media*.

Em segundo lugar, menciona o conceito de vizinhança, na medida em que “a comunicação social, local ou regional, ocorre próxima das pessoas em interacção” (Sousa, 2002: 5). A proximidade é aqui a questão chave, seja ela física ou mental.

Em terceiro lugar refere a ideia de que “a comunicação social local e regional se desenvolve através de meios de comunicação que são próximos das pessoas que os usam” (Sousa, 2002: 5). Aqui é essencial esclarecer dois aspetos distintos: quando se fala em comunicação social, fala-se necessariamente de estratégias de comunicação mediada em sociedade, ou seja, “o recurso a meios de comunicação capazes de atingir

muitas pessoas é um elemento chave”, da definição proposta pelo autor; “os meios de comunicação usados numa comunidade tendem a revestir-se de formas de comunicação características das comunidades em geral e dessa comunidade em particular” (Sousa,2002: 5), isto é, há uma adaptação dos meios de comunicação locais e regionais aos traços específicos da comunidade onde se insere.

A evolução dos *media* proporcionada, em parte, pela globalização tem levado a comunicação social regional a atingir novos patamares que se julgavam impossíveis aquando do despoletar da globalização. Camponez (2002: 74) admite que há muito que a comunicação social regional assumiu uma importância, um dinamismo e uma organização sem igual no nosso país e que o seu papel tem vindo a ser revitalizado. Correia (1998: 158), por sua vez, enfatiza a necessidade de a comunicação social regional se demarcar da comunicação social de âmbito nacional. Nesse sentido, o autor destaca alguns traços típicos do jornalismo pré-industrial que, na sua opinião, ainda sobrevivem nos *media* regionais:

- *“A conexão escassa com a publicidade;*
- *Uma relação forte entre as elites locais e os media;*
- *Uma ênfase no artigo de opinião e na colaboração externa;*
- *A tendência para estruturar o discurso em torno de alguns assuntos recorrentes em tornos dos quais se veiculam opiniões, debates e polémicas;*
- *O reconhecimento recíproco e partilhado por produtores e recetores quanto aos factos e realidades que servem de referentes às mensagens jornalísticas.”*
(Correia, 1998: 158)

Correia (1998) acredita que os *media* regionais não só funcionam como um complemento aos nacionais, como são também uma alternativa a um modelo massificado da comunicação, chegando mesmo a colocar a imprensa portuguesa (regional e local) num limiar onde a comunicação de massa e a comunicação interpessoal quase se confundem. O autor supramencionado identifica, assim, novas formas alternativas a uma comunicação social nacional, geralmente marcada pela virtualização dos públicos, pela massificação e pela cedência crescente às lógicas mercantis da informação-espetáculo. Correia (1998: 160) vai mais longe e entende que, com a questão da proximidade, se pretende “aproximar os *media* dos seus públicos, considerando-se que os *media* regionais podem atingir mais facilmente esse objetivo, desde que se superem outras desvantagens como sejam o “caciquismo” ou a excessiva

dependência das fontes”. É de referir que esta questão será abordada, com maior pormenor, num outro momento deste relatório.

Camponez (2002) é claro ao colocar em causa a perspectiva de Correia (1998), que afirma que a imprensa portuguesa (regional e local) se encontra num limiar onde a comunicação de massa e a comunicação interpessoal quase se confundem. Camponez (2002: 94-95) considera que esta descrição levar-nos-ia a aceitar que a imprensa local “está mais próxima das formas de interação face a face ou mediada” do que de uma “quase-mediação que caracteriza a comunicação de massa”. Por outras palavras, pressupõe a existência de uma situação de copresença e de comunhão de um domínio espaço-temporal ou dispensa esse tipo de contacto, compensando essa ausência com a utilização de meios técnicos. Ora os *media* regionais e os *media* em geral devem dirigir-se a um público heterogéneo e indiferenciado, não permitindo uma relação dialógica nem a circulação de informação nos dois sentidos. Seguindo esta perspectiva, os *media* locais destinam-se a preencher o espaço que existe entre a comunicação individual e os *media* de âmbito nacional ou internacional, que cobrem uma realidade diferente.

São várias as definições apontadas para o jornalismo local. Labella (2010: 15) remete-nos para um sentimento de proximidade, em que os protagonistas dos acontecimentos, os profissionais do jornalismo e os destinatários da informação pertencem a uma mesma comunidade, seja ela urbana ou rural. Elimina-se, assim, a ideia de que o jornalismo regional e local esteja exclusivamente ligado a meios não urbanos.

Sousa (2002: 4-6) define comunicação social regional e local como “aquela que se estabelece numa comunidade de vizinhos, através de meios de comunicação que lhe são próximos”. O autor identifica ainda um conjunto de funções que, na sua opinião, caracterizam a comunicação social regional, além das funções clássicas de informar, formar e entreter, entre outras.

Em primeiro lugar destaca a sua função informativa e utilitária, que, neste tipo de comunicação, merece especial destaque. A população quer receber informação sobre os assuntos que lhe permitem compreender melhor o seu quotidiano.

Em segundo lugar evidencia a função de produção simbólica e comunitária que joga com a resistência à globalização, com a projeção do local no global. Esta é uma função essencial para fortalecer o sentimento de pertença a uma comunidade.

Em terceiro lugar refere a função de veículo de petição e de representação de setores da comunidade ou de toda a comunidade perante terceiros. Esta tem por base o entendimento dos meios regionais como a voz da população para quem trabalha.

Em último lugar, mas não menos importante, menciona a função de espaço simbólico, onde há lugar para competições, mas também onde se formam consensos.

Sousa (2002) não distingue de forma clara os conceitos de comunicação social regional e comunicação social local. Para o autor, estes conceitos são analisados de forma conjunta, independentemente das diferenças geográficas que os termos local e regional possam apresentar.

Peruzzo (2005: 78) define jornalismo local como aquele que retrata “a realidade regional ou local, trabalhando, portanto, a informação de proximidade”. Trata-se, então, de um jornalismo descentralizado que nos mostra a vida de espaços que não teriam lugar nos *media* nacionais. Os *media* regionais e locais preenchem, deste modo, um espaço intermédio entre a comunicação individual e os *media* nacionais. Trata-se de um espaço onde a opinião, o debate, a polémica e as causas mobilizadoras de cada região marcam presença, reforçando assim o sentimento de pertença. Nesse sentido, verifica-se uma “tendência para reforçar um sentimento de partilha de um destino comum” (Correia, 1998: 162). O contato com a audiência – sejam leitores, ouvintes ou espectadores – torna-se prioritário e acaba por se tornar a chave para o sucesso da comunicação em geral, sobretudo no caso dos meios de menor dimensão.

Esta proximidade entre o jornalismo regional e local e o seu público é, por um lado, vantajosa, porém, ao tomar partido das suas causas, deixa de lado os cânones do jornalismo, que afirmam que o jornalista deve ser isento, objetivo e apartidário, não tomando nunca uma posição sobre aquilo que transmite ou descreve (Lopes, 2004: 38). No entanto, parece-nos que esta é uma questão evitável, uma vez que o jornalista, ao desenvolver a sua tarefa em campo, analisa todas as partes e só depois elabora o seu trabalho, não emitindo nenhuma posição em particular.

Lopes destaca dois problemas comunicativos locais relativos à vida municipal. O primeiro é a dependência que os meios regionais e/ou nacionais têm relativamente ao poder local, “para efeitos informativos e de opinião pública” (Lopes, 2004: 38). O crescimento dos meios de comunicação de menor dimensão tem sido lento e trabalhoso. A consequência prática deste facto é a ausência de uma informação clara e suficiente dos municípios desta classe de meios, pelo que a sua ação política tem uma escassa transcendência nestes órgãos (Lopes, 2004: 38).

O segundo problema diz respeito à dificuldade do nascimento, desenvolvimento e consolidação dos meios de comunicação estritamente locais, meios que configuram a opinião pública em cada município. São cinco as causas principais desta dificuldade em relação aos meios de informação locais:

1. *“A falta de verdadeiras estruturas organizativas ou empresariais no campo da informação local (...);*
2. *A falta de profissionalização das pessoas dedicadas a esta classe de informação (...);*
3. *A falta de especialização informativa no campo local;*
4. *A falsa ideia de que a informação local é mais fácil na sua realização do que a de nível nacional ou internacional (...);*
5. *A imediatez do tratamento e conhecimento dos sujeitos relacionados com esta classe de informação.”* (Lopes, 2004: 39)

A estas cinco dificuldades acrescenta-se a relação de dependência essencialmente publicitária que os *media* regionais têm com as instituições, que se prende, maioritariamente, à ausência de uma base económica forte. Apesar destas dificuldades, os meios de comunicação regional têm conquistado um lugar de destaque junto do público que, cada vez mais, confia nas informações que lhe são transmitidas.

A perspectiva de que, nos meios de comunicação regionais, a prática jornalística se executa mais facilmente é, como afirma Lopes (2004: 39), “um erro crasso”, pelo facto de, o público, na comunidade local, ser mais crítico com a mensagem, uma vez que se identifica mais com ela (Moreno, 1999). O público possui assim mais elementos de juízo para analisar os conteúdos publicados, logo o jornalista deve estar a par de tudo o que acontece em cada localidade. Esta questão será ainda objeto de abordagem mais pormenorizada, num outro momento deste relatório.

Mathien, citado por Camponez (2002), descreve um conjunto de funções da imprensa regional que nos remetem para a prática de um jornalismo de proximidade: servir de elo da comunidade a que se dirige, constituir-se como complemento à experiência quotidiana dos seus leitores (o público em geral), esclarecer o leitor sobre o ambiente que o rodeia, alargar o conhecimento da sua audiência nos mais diversificados assuntos, servir como importante banco de dados da região onde atua e desempenhar uma função de recreio e de psicoterapia social. É importante salientar que, quando o autor menciona a função de complemento à experiência do quotidiano refere-se não só

ao que se passa por perto como a uma realidade mais distante. Complementar a informação mais próxima com conhecimentos mais distantes é crucial, no entanto exige alguns cuidados. Os meios de comunicação locais e regionais não devem cair no erro de imitar os meios de comunicação nacionais pois, além de não possuírem os mesmos meios, não é esse o seu objetivo. Contudo, é importante ir mais além, pois se a proximidade não se mede em metros, o público também valoriza as informações que se estendem a outros lugares mais distantes da sua localidade. Como referem Kovach e Rosenstiel (2004: 5), “as pessoas sentem uma necessidade intrínseca – um instinto – de saber o que se passa para além da sua experiência direta”.

A proximidade é uma das características presentes não só nos *media* regionais como nos *media* locais. Embora o jornalismo de proximidade não seja exclusivo destes meios, é neles que assume proporções mais significativas (Dias, 2012: 13). Para Camponez (2002), por muito que os limites do que é ou de até onde vai a proximidade não sejam totalmente definíveis, a existência de uma limitação territorial tem de ser um dos pressupostos base.

Seja um jornalismo local ou regional, o importante é informar o público de forma isenta e clara e, dadas as características destes meios, reforçar a relação de proximidade entre o público e o jornalista. Cabe ao jornalista selecionar a informação de forma cuidada e corresponder às expectativas da população, que espera dele uma atitude de proximidade sensata.

1.2. As Relações de Proximidade: o Papel do Jornalista

*“A ética deve acompanhar sempre o jornalismo, como o zumbido
acompanha o besouro.”*

Gabriel García Márquez

Como já foi referido anteriormente, é usual pensar que os meios de comunicação social regionais e locais publicam, muitas vezes, informações de carácter sensacionalista ou duvidoso. Dadas as fortes ligações que estes meios possuem com as instituições locais e com as próprias populações, a sua credibilidade é por vezes questionada. No entanto, o jornalista assume um papel importante nesta questão.

Um jornalista que trabalha na área da proximidade pode (e deve) querer agradar à sua audiência, contudo, essa não é, regra geral, a sua maior inquietação. As suas preocupações centram-se nas várias influências de que é alvo nas suas escolhas, dada a dimensão do meio. Mas afinal para quem trabalham os jornalistas?

Kovach e Rosenstiel (2004) consideram que um dos elementos do jornalismo é que este se deve manter leal, acima de tudo aos cidadãos. Constatam também que as organizações jornalísticas “têm de servir e ter em consideração instituições comunitárias, grupos de interesse locais, empresas-mãe, acionistas, anunciantes e muitos outros interesses” (Kovach e Rosenstiel, 2004: 52), mas que em primeiro lugar deve estar sempre o público, recetor da informação transmitida. Contudo, “os cidadãos não são clientes” (Kovach e Rosenstiel, 2004: 63-64). A palavra cliente é limitadora e imprecisa, na medida em que o jornalismo é um serviço fornecido, na maioria das vezes, gratuitamente: basta consultarmos algumas páginas de internet para percebermos a facilidade de acesso à informação e a velocidade a que ela se propaga. Por outro lado, também há os conteúdos pagos – presentes na maioria dos jornais e revistas – que podem ser adquiridos pelo público mediante o pagamento de um preço estipulado. “Em vez de venderem conteúdos aos clientes, os profissionais do jornalismo estão a criar uma relação com o público baseada nos seus valores, na sua capacidade crítica, autoridade, coragem, profissionalismo e empenho para com a comunidade” (Kovach e Rosenstiel, 2004: 64). Os jornalistas trabalham assim, em primeiro lugar, para a sua audiência. Todavia, a atividade jornalística, principalmente nos meios de comunicação de menor dimensão, é muitas vezes alvo de pressões internas e externas que, de algum modo, podem influenciar a produção noticiosa.

É com base nesta relação entre o jornalista e o público que os meios de comunicação social chegam aos anunciantes e publicitários, interessados em tirar o melhor partido dela. Nos meios de comunicação social locais e regionais esta relação de confiança é potenciada pela proximidade.

Para que o cidadão/público esteja sempre em primeiro lugar nos meios de comunicação social, quer sejam de âmbito nacional ou regional, e para que a veracidade dos factos e o trabalho do jornalista não seja posto em causa, Kovach e Rosenstiel (2004: 66-71) consideram que “o proprietário/empresa deve assumir, em primeiro lugar, um compromisso com os cidadãos”; deve-se “contratar gestores que também coloquem os cidadãos em primeiro lugar”; deve-se “definir e comunicar padrões claros” e os jornalistas devem “ter a última palavra no que diz respeito às notícias”.

No entanto, a confiança que o público deposita nos jornalistas já viu melhores dias. Com a industrialização do jornalismo, nomeadamente com o crescimento da comunicação de massas, o público assistiu a um aumento do sensacionalismo, da exploração e sente que o jornalista criou novas prioridades em proveito da fama pessoal e da vontade de ganhar dinheiro. Para conquistar de novo a confiança do público “o jornalismo deve restabelecer a fidelidade para com os cidadãos que a indústria da informação erradamente ajudou a subverter” (Kovach e Rosenstiel, 2004: 71). Não podemos generalizar este facto a todos os profissionais do jornalismo, uma vez que ainda há quem considere a ética jornalística inviolável e não se desvie dos padrões jornalísticos. Contudo, esta é uma realidade bem presente em todos os meios de comunicação social.

Deste modo, jornalistas, proprietários, editores e chefes devem contornar as pressões a que o meio de comunicação está sujeito, de forma a não comprometerem a qualidade e o rigor das informações transmitidas.

As fontes de poder são umas das pressões a que estes meios de comunicação de menor dimensão estão sujeitos diariamente. É importante conquistar um espaço firme junto da audiência e influenciá-la de uma forma estruturada, tendo em vista a construção de uma opinião pública bem fundamentada (Lima, 2008: 18). Esta capacidade foi sendo adquirida com o passar do tempo e a partir desta noção é claro que o jornalista tem que desenvolver um conjunto de mecanismos que lhe permitam manter a sua sobriedade profissional. Como referem Kovach e Rosenstiel (2004: 114), “os jornalistas devem funcionar como um controlo independente do poder”, exercendo um papel de vigilância. No entanto, “mais do que tornar transparente a gestão e a aplicação do poder, a grande

finalidade do papel de vigilância é dar a conhecer e ajudar a entender os efeitos desse poder” (Kovach e Rosenstiel, 2004: 117).

Além de estabelecerem uma relação forte com a audiência, os meios de comunicação locais e regionais vão criando outras relações com os mais variados órgãos. Labella (2010) considera a existência de quatro tipos distintos de relações: institucionais, não institucionais, comerciais e pessoais.

As informações que chegam através da via não institucional são importantes, uma vez que podem ser notícias em primeira mão, já que ainda não foram difundidas pela via institucional. É nestes casos, por exemplo, que os meios de comunicação ganham os exclusivos. No entanto, a verificação dos factos deve ser sempre considerada. Já as relações pessoais podem prejudicar o trabalho jornalístico, sejam elas de cordialidade ou de inimizade (Labella, 2010).

Por norma, a maior parte das informações que chegam às redacções dos meios locais é fornecida pelas instituições das mais variadas formas: através de comunicados oficiais, conferências de imprensa, declarações sem perguntas, entrevistas e pedidos de declarações ou esclarecimentos através do gabinete de imprensa.

As relações comerciais, principalmente no caso de dependência publicitária, podem originar alguns entraves na hora de informar ou até levar à publicação de informações sem valor-notícia.

Para que o jornalista informe o seu público com rigor, as fontes assumem um papel fulcral. No atual panorama jornalístico, as agências de comunicação simplificam a vida aos jornalistas, facilitando o agendamento noticioso. Contudo, também acaba por exercer uma forte influência sobre o que é ou não considerado notícia (Dias, 2012: 20).

Josep María Casasús (1989, cit. por Dias, 2012: 21) considera que os métodos através dos quais o jornalista obtém informações se podem englobar em três grandes grupos: recursos pessoais e fontes próprias dos jornalistas; fontes genéricas e convencionais de informação; fontes específicas e eventuais de informação.

O primeiro grupo divide-se ainda em três grupos distintos: recursos passivos, activos e pessoais. Nos recursos passivos o jornalista, através de uma observação direta, toma conhecimento porque presencia a situação. Já os recursos activos envolvem investigação e documentação com entrevistas técnicas para que o jornalista obtenha a notícia. Os recursos pessoais dizem respeito à formação adquirida pelo jornalista através da experiência e/ou através de formações mais específicas (Casasús, 1989 cit. por Dias, 2012: 21).

Os serviços de agenda e os comunicados, assim como a atenção constante aos restantes meios de comunicação, enquadram-se no grupo das fontes genéricas e convencionais de informação. O último grupo, referente às fontes específicas e eventuais de informação, diz respeito aos próprios agentes protagonistas ou que presenciaram os acontecimentos, podendo assim dar o seu testemunho. (Casasús, 1989 cit. por Dias, 2012: 21).

São vários os autores que se dedicam ao estudo das fontes, identificando diferentes tipologias de fontes. Segundo Héctor Borrat (1989, cit. por Dias, 2012: 21), as fontes podem ser resistentes, abertas, espontâneas, ávidas e compulsivas. Estas categorias variam consoante a atitude existente na relação entre os jornalistas e os seus informadores. As fontes resistentes colocam fortes obstáculos ao jornalista na busca de detalhes sobre determinado assunto, ao passo que, as fontes abertas não os colocam, porém apenas fornecem informação quando solicitadas para tal. As fontes espontâneas, como o próprio nome indica, fornecem as informações voluntariamente. Já as fontes ávidas encontram-se a um nível de voluntariedade superior, na medida em que informam mais urgentemente e com maior intensidade, acionando todos os recursos possíveis. Por vezes, pretendem quase que obrigar os meios de comunicação social a publicar a informação transmitida.

García (2004) define ainda outra tipologia de fontes, baseada no grau de contacto que o jornalista teve com o acontecimento em causa: fontes de primeira-mão, fontes de segunda-mão e fontes de terceira-mão. No que diz respeito às notícias de primeira-mão, o jornalista assiste ao acontecimento presencialmente. Relativamente às de segunda-mão, o jornalista toma conhecimento do acontecimento no local mas através de testemunhas. Já no que se refere às notícias de terceira-mão, o jornalista toma conhecimento do acontecimento por outra fonte. A par com esta tipologia, García (2004) considera ainda a existência de fontes públicas e/ou privadas.

A identificação das fontes é também uma questão importante no jornalismo. García (2004) reparte a atribuição de fontes em quatro tipologias: atribuição direta, atribuição com reservas, atribuição de reserva obrigada e atribuição de reserva total. A atribuição direta ocorre quando a informação prestada pela fonte é divulgada, identificada e citada. Já a atribuição com reservas observa-se quando a fonte é citada mas não é identificada explicitamente. Contudo, essa identificação deve ser rigorosa, evitando apresentações genéricas. Quando o jornalista assume a informação como sendo da sua autoria, sem citar fontes, estamos perante a atribuição de reserva obrigada. Por sua vez, a atribuição

de reserva total ocorre quando a informação é prestada em *off de record*, em que há um acordo entre o jornalista e a fonte, para que a informação prestada não seja divulgada nem atribuída à fonte. Neste caso, a informação prestada é utilizada pelo jornalista apenas para melhorar a sua compreensão acerca dos acontecimentos.

O contacto entre jornalistas e fontes deve ter sempre em conta os interesses envolvidos na informação prestada. Publicar uma informação errada pode colocar em causa a proximidade característica dos meios de comunicação locais, daí a questão da confiança assumir também um papel fundamental.

A relação entre o jornalista e as suas fontes deve basear-se numa postura profissional. Mesmo nos meios marcados pela proximidade, o importante é que a procura da informação se baseie numa actuação de rigor e honestidade. Para não ser influenciado pelas várias pressões associadas a estes meios, o jornalista deve sempre escutar, mas também questionar e analisar as diferentes situações, isto porque, na vida local, “há muitos olhos que tentam controlar e saber tudo o que se passa” (Dias, 2012: 22).

É de realçar também a evolução das novas tecnologias, que veio facilitar o acesso dos jornalistas (e até do próprio público) à informação. No caso concreto do Porto Canal, a internet desempenha um papel fulcral na comunicação e transmissão de conteúdos entre a sede e as delegações, assim como, no aprofundamento de informações de âmbito nacional e internacional. Regra geral, privilegia-se o contato direto entre o jornalista e a informação no local onde esta ocorreu. Todavia, esse contato nem sempre é possível, principalmente em assuntos de âmbito nacional e internacional, devido ao distanciamento geográfico do canal dessas realidades. É neste contexto que as novas tecnologias, nomeadamente a internet, se assumem uma mais-valia.

Voltando à questão do poder, este é um dos factores que pode pôr em causa a independência jornalística, esteja ele interior ou exteriormente ligado ao meio de comunicação social em causa. Deste modo, toda a envolvência da empresa, nomeadamente os níveis que compõem a sua escala de organização, pode influenciar a autonomia do jornalista e o trabalho final por ele desenvolvido (Kucinski, 2004 cit. por Dias, 2012).

A publicidade é, indubitavelmente, a principal fonte de financiamento dos jornais. Como seria de esperar, nenhum patrocinador pretende que a publicação que patrocina publique informações de conteúdo indesejável para a sua empresa. Esta tentativa de controlo e de censura dos meios de comunicação social leva a que os publicitários

acabem, muitas vezes, por precisar mais do meio de comunicação do que o inverso. Deste facto decorre uma nova pressão que não permite que os jornalistas ou as empresas de *media* publiquem o que desejam ou o que devem. A solução apontada para este problema, aparentemente contraditório, reside na adoção de uma estratégia de negócio, orientada para a maximização do lucro, tendo por base o aumento das receitas publicitárias e a redução dos custos de produção (Franklin, 2006: 7 cit. por Dias, 2012: 23). Contudo, se esta estratégia passar pela redução do número de jornalistas, no caso dos meios de comunicação social locais, não só os meios locais perdem expressão como mais facilmente podem ceder a fazer reportagens que de outro modo não fariam.

Dado o processo de convergência, esta questão assume novos contornos, na medida em que muitas publicações de pequena dimensão estão agora ligadas a empresas maiores. Como consequência deste processo, as relações que os jornalistas e as empresas devem ter em conta na produção de conteúdos saem exponenciadas. (Dias, 2012: 23)

Ao pertencerem a meios de maior dimensão, os meios regionais e locais criam novos elos de ligação e de dependência. Se dependerem de instituições locais, a independência pode estar ameaçada. Deste modo, manter uma postura baseada num certo distanciamento assume-se como uma postura sensata e muitas vezes necessária (Dias, 2012: 23)

Susanne e Stephan (2008, cit. por Dias, 2012) apresentam o jornalista como um agente racional, ou seja, que “procura maximizar o seu bem-estar, promovendo o seu próprio interesse, estando assim receptivo a incentivos e recompensas” (Dias, 2012: 24). Esta postura faz com que o jornalista se encontre em pé de igualdade com o meio de comunicação, sendo levado em conta nos riscos e benefícios que podem advir da publicação de determinada informação. Conquanto, há um risco evidente: uma vez perdida a confiança, perde-se a proximidade a ela intrínseca. O jornalismo deve assim encontrar um ponto de equilíbrio entre afetividade e racionalidade, evitando a ligação da emocionalidade à comercialidade (Brandão, 2010).

A promoção de iniciativas locais, ligadas a associações, coletividades, universidades e outros órgãos, são várias vezes abordadas nos meios de comunicação locais. Esta colaboração com o espaço público é já um hábito destes meios de menor dimensão, porém deve evitar-se que este facto se traduza numa forma de dependência institucional (Correia, 1998: 163).

A relação forte existente entre os meios regionais e as elites políticas, culturais e associativas já não é nova, o que não significa que se misturem obrigatoriamente numa “teia de quezílias paroquiais” (Correia, 1998: 162). Noticiar os acontecimentos da região é também dar voz aos movimentos da região. Contudo, não significa que a autonomia e a independência jornalísticas sejam postas em causa. Segundo Correia (1998: 165), o equilíbrio baseia-se na conjugação de diversos elementos que se complementam entre si. São eles “a qualidade dos projectos editoriais, a formação profissional, o apoio do Estado segundo critérios objetivos que impeçam a demissão de uma atitude empresarial empenhada, a formação de um produto jornalístico que atraia a publicidade comercial e impeça a dependência da publicidade institucional” (Correia 1998: 165).

A cooperação entre as instituições e os jornalistas não coloca necessariamente em causa a independência dos meios de comunicação locais. Harrison (2006) constatou isso mesmo, relativamente aos meios locais no Reino Unido. Na sua opinião, as autoridades locais no Reino Unido têm cada vez mais uma visão estratégica, focada e profissional, no que concerne ao desenvolvimento das suas relações com os *media*. Desta forma consegue-se uma cooperação que, além de facilitar o acesso dos jornalistas à informação, também possibilita que as autoridades locais controlem melhor a informação que pretendem transmitir.

O jornalista deve sempre jogar com a proximidade a seu favor. Sempre que lhe for possível deve estar presente no local do acontecimento e tirar o melhor partido de uma informação privilegiada pela proximidade. É também importante que o jornalista concilie o seu trabalho com a pressão de conclusão das peças, de forma a gerir melhor o seu próprio tempo. No entanto, não se trata de uma tarefa fácil e não favorece a investigação e análise dos acontecimentos com mais pormenor. Durante o estágio realizado no Porto Canal foi possível verificar esta dificuldade. Por várias vezes foi necessário alterar, de última hora, o alinhamento dos vários blocos noticiosos do canal ou mesmo eliminar algumas, devido à falta de tempo para o jornalista terminar as peças.

Brandão (2010, cit. por Dias, 2012: 26) considera que os jornalistas devem ser encarados como agentes ativos que observam e reconstroem a realidade no desempenho das suas tarefas diárias de recolha, seleção, organização e produção de notícias.

Face às várias pressões de que os jornalistas são alvo no exercício da sua profissão, é fundamental preservar a ética jornalística, de modo a permitir uma informação livre e plural. É, portanto, necessária uma autorregulação do próprio grupo de profissionais, ou

seja, “o cumprimento (da ética jornalística) deve ser vigiado e garantido, em regra, pelos próprios pares” (Fidalgo, 2006: 277). É necessária uma vigilância entre os próprios jornalistas para que a ética da profissão não seja desvalorizada.

Também os atores políticos, sociais e económicos devem dar o seu contributo para preservar a qualidade da informação. Devem garantir que os meios de comunicação regionais e locais se afirmem como a voz das regiões e das localidades a que se dedicam. Como afirma Dias (2012: 26), “só por esta via os jornalistas no campo da proximidade estarão juntos da audiência”.

2. JORNALISMO TELEVISIVO

2.1. A Proximidade no Jornalismo Televisivo

Os conceitos de proximidade e de contacto com o público são fulcrais em televisão, em particular nas televisões regionais e locais. Como refere Cruz (2005), a proximidade aplicada ao meio televisivo relaciona-se com a perceção de uma realidade comum entre emissor e recetor. É essencialmente nos seus conteúdos que uma estação televisiva se pode afirmar como local, destacando-se assim das restantes. Contudo, a televisão regional e local não deve ficar centrada na sua própria cultura, deve partir daí e partilhar essa realidade com outros meios de comunicação (Sanz, 2005: 6).

A oposição local/regional ganha também relevo ao nível televisivo através de três pilares distintos: área de difusão, propriedade e origem (Francisco Vacas, 1999 cit. por Coelho, 2005). No que diz respeito à área de difusão, as televisões locais emitem para um município, enquanto as regionais emitem para uma região. Relativamente à propriedade, ambas podem ser públicas ou privadas, embora a tendência histórica europeia aponte para que o nascimento das televisões regionais esteja relacionado com o sector público. No que concerne à origem, as televisões locais, regra geral, nascem junto da área a que se destinam. Já as televisões regionais resultam, em grande parte, de movimentos de descentralização de grandes canais de televisão nacional.

Para Cidival Moraes de Sousa (2006, cit. por Gannan, 2007) não é a abrangência do espaço geográfico que ocupa que define uma televisão regional, mas sim as especificidades dos seus conteúdos, “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). Todas estas características definem se se trata ou não de uma televisão regional e esclarecem as suas prioridades editoriais a vários níveis.

Ir ao encontro das sociedades é o papel fundamental das televisões locais e regionais. No entanto, esta nem sempre é a missão que está na génese destas televisões. Coelho (2005) apresenta-nos o caso espanhol em que a maioria das estações televisivas não revela qualquer preocupação social nem uma função social, aspetos que constituem o pilar da informação de proximidade.

No que diz respeito à perceção da proximidade pelos espectadores, Cruz (2005) considera que o entendimento a esse respeito é variável, sendo que os programas locais

têm geralmente uma maior aceitação que os regionais. De realçar que o jornalista, decorrendo do exercício da sua profissão, torna os acontecimentos compreensíveis para si próprio para, posteriormente, transmiti-los de uma forma entendível ao público a que se dirigem. “Quanto mais restrita a audiência, mais específica, logo existirá maior facilidade de adaptação do discurso e conseqüentemente maior facilidade de agradar à mesma” (Dias, 2012: 32). Todavia, o jornalista, como já foi sublinhado anteriormente, deve sempre orientar-se pela ética jornalística, não subestimando a audiência pela sua especificidade.

Cruz (2005) considera ainda que a uma programação de proximidade se exija que potencie a produção local própria e que tenha emissões regulares. Só assim conseguirá retratar a realidade comum da comunidade e gerar hábitos, no sentido de criar laços de pertença e de depósito de confiança. No caso do Porto Canal, estas são duas questões que marcam presença, não só ao nível da informação como do entretenimento.

São vários os autores que procuram uma definição para televisão de proximidade. Para Coelho (2005: 170), a televisão de proximidade é aquela que “é posta ao serviço da comunidade, a televisão cúmplice do processo de desenvolvimento dessa comunidade, que produz e emite conteúdos de proximidade”.

De acordo com Sanz (2005) o que importa na televisão de proximidade não é só a sua área de cobertura mas também a proximidade dos seus conteúdos, o acesso da comunidade ao *media*, o predomínio da produção própria e a promoção dos interesses locais.

Mohedano (2009) considera que a atenção da televisão de proximidade deve estar voltada para a sua vantagem competitiva nos produtos culturais e identitários, levando-os a possuir real valor, quer para os consumidores, quer para as outras partes envolvidas.

A produção própria é para vários autores, como Moreno (1999), um dos pilares fundamentais das televisões locais e regionais, devendo a emissão ser regular e a programação destacar a cultura autónoma da comunidade. Piquer (2008) enfatiza o facto de, em Espanha, essa produção ser exibida em horário nobre e em programas relativamente longos (de 50 a 70 minutos). Neste horário, os conteúdos exibidos nas televisões locais e regionais competem com as sínteses informativas dos canais generalistas, sendo que esta é uma das razões para a fraca implementação das televisões de proximidade. Deste modo, se o tempo de permanência num canal local é inferior ao

de um nacional, deve-se optar por programas mais pequenos e dinâmicos, ainda que repitam conteúdos ao longo da emissão.

A informação ocupa um lugar de destaque na grelha das televisões de proximidade, em grande parte devido a uma questão de custos. Contudo, captar a atenção do público é mais fácil em conteúdos onde as outras estações não apostam tanto. O jornalismo de proximidade é uma dessas áreas.

Regra geral, as televisões de proximidade apresentam uma programação de fim-de-semana que conta com uma redução drástica da produção própria. Este facto deve-se à falta de equipas de profissionais para fazerem a cobertura jornalística dos acontecimentos. A solução para este problema passa pela repetição dos programas emitidos durante a semana, o que, de certo modo, não motiva o espetador a assistir à emissão. Todavia, não há regra sem exceção e o Porto Canal apresenta algum dinamismo na sua programação de fim-de-semana. Embora os diretos não sejam tão frequentes – ou sejam mesmo inexistentes – há uma variedade de programas emitidos em primeira mão ao fim de semana.

Quintas (1996) evidencia algumas funções sociais características das televisões locais: a dinamização cultural, o conhecimento dos problemas e preocupações dos cidadãos, a potencialização da identidade própria, a revitalização do tecido social, económico e político, entre outras.

As televisões locais devem procurar o lucro social, o que não é o mesmo que procurar o lucro económico. De notar que o título local ou regional não confere automaticamente o carácter de proximidade, apenas o potencia (Sanz, 2005: 7). A combinação dos conceitos global/local deve ser pensada de modo a que, local ou globalmente, se encontre uma perspetiva de proximidade (Dias, 2012: 35).

Associado à questão da proximidade surge o imediatismo: a necessidade de ser o primeiro a transmitir a informação. Os meios de comunicação de menor dimensão sentem algumas dificuldades neste campo, uma vez que, regra geral, não possuem recursos suficientes e torna-se difícil interromper a programação calendarizada. Com todos estes obstáculos, a solução passa por noticiar os acontecimentos no bloco informativo mais próximo da hora do acontecimento, embora a notícia já não seja transmitida em primeira-mão. O imediatismo é assim controlado pela hora do início do bloco noticioso e não pelo cronómetro do “primeiro a dar”. (Dias, 2012: 35)

No que diz respeito às temáticas abordadas em televisão, o crime, catástrofes e escândalos são também uma tendência. Como refere Brandão (2010: 19), “hoje estamos,

também de forma crescente nos telejornais, a caminhar para uma dramatização da actualidade, para um universo trágico, onde se destacam as catástrofes”.

Seja em que circunstância for, a imagem em televisão assume um papel primordial. Dadas as características do meio televisivo, as notícias precisam de uma imagem para ganharem ainda mais força. Nos meios locais e regionais pode ser mais fácil obter certas imagens, principalmente as relacionadas com assuntos que lhe são mais próximos, uma vez que os meios nacionais não conseguem chegar a todo o lado. Contudo, esta proximidade não basta pois, mesmo estando perto, nos meios de comunicação de menor dimensão podem existir problemas relacionados com a falta de meios humanos e técnicos.

Como refere Dias (2012: 37), “os *media* e sobretudo a televisão devem ter como linhas orientadoras o sentido da responsabilidade na educação, de forma a promover o conhecimento e a cidadania”. Os interesses comerciais não devem assim sobrepor-se ao compromisso ético entre os jornalistas e restantes membros da actividade e os cidadãos. Se os jornalistas ou o próprio meio de comunicação for dominado pelos interesses comerciais corre-se o risco de destruir ou mesmo de banir o carácter de proximidade (Brandão, 2010: 114).

Este carácter de proximidade pode sair exponenciado com o contributo de aspetos como o cuidado com o perfil e o conteúdo dos programas, o tipo de caracteres, de cenário, de música, de cores, de visual e de marca de quem representa o projeto. Estes critérios são também fundamentais para a afirmação do prestígio da estação televisiva. Se todos estes fatores se articularem de modo a conseguir uma organização coerente e unitária, o espetador identifica-se mais facilmente com a empresa de *media* em causa.

Apesar das críticas e dos problemas que se identificam nos meios regionais ou locais, como a independência editorial e económica, é inevitável constatar que as televisões de menor dimensão potenciaram o desenvolvimento do meio audiovisual descentralizado.

No caso espanhol, nomeadamente da Rádio y Televisión de Andalucía, assistiu-se a um desenvolvimento de várias empresas ligadas à televisão na região. A par com este desenvolvimento também a própria região usufruiu de um contributo precioso para a sua construção cultural (Alvarado, 2007: 92). Mais uma vez, a proximidade influenciou a reconstrução da cultura na região, o que faz das televisões locais um grande desafio e o genuíno expoente da cultura local (Quintas, 1996). Se o desafio for superado, o canal pode vir a tornar-se a bandeira da localidade, dando lugar a um verdadeiro fórum dentro

da própria comunidade e garantindo a liberdade de expressão a todos os elementos. Relativamente ao caso Galego, Vázquez (2006) considera que este se baseia na pluralidade de pensamentos, aliada à produção de conteúdos próprios, o que consolida um sistema de comunicação televisivo propriamente galego, alternativo, mas influente no País e no Mundo. Trata-se da transformação da televisão de proximidade face aos novos desafios tecnológicos e sociais.

2.2. Televisão Regional e Especialização

A questão da especialização nas várias vertentes do jornalismo já não é nova. Se pensarmos no jornalismo regional e local como aquele que se dedica à cobertura de assuntos que lhe são próximos e que dizem respeito à vida dos cidadãos, é legítimo ponderar a existência de uma especialização jornalística.

É a própria audiência que tem vindo a exigir esta especialização de conteúdos baseados num carácter de proximidade, como resposta à necessidade de uma informação que corresponda às expectativas do público. Além da economia, da política e do desporto, por exemplo, a sociedade quer também conhecer os assuntos que lhe são mais próximos, tão característicos no jornalismo local e regional (Abiahy, 2005).

Abiahy (2005) defende que “tanto a abordagem de um assunto específico quanto a abordagem para um público específico sobre determinado tema serão considerados uma forma de se encontrar a especialização da informação jornalística”.

Julio Puente, citado por Camponez (2002) considera que, em relação ao jornalismo local, estamos perante uma especialização jornalística. Verifica-se assim uma proximidade ainda maior, com certas especificidades onde reside então o estatuto de especialidade.

Camponez (2002) não emite uma posição clara acerca do entendimento dos meios locais enquanto uma especialização do jornalismo. Ao aceitarmos esta premissa, na opinião de Camponez (2002), somos levados a consentir a existência de duas vertentes na especialização: uma especialização operada por um corte horizontal e outra por um corte vertical. Através de um corte vertical entra em evidência uma das muitas editorias que compõem a estrutura de um jornal. Já com um corte horizontal percorrem-se todas as editorias com destaque para os acontecimentos da respetiva área de cobertura do meio. Apesar de parecer simples, esta divisão não é linear, uma vez que podemos ter presentes os dois cortes em simultâneo e continuarmos num meio de comunicação regional/local. Camponez (2002) refere mais dois aspetos que contribuem para esta discussão.

O primeiro aspeto relaciona-se com os limites territoriais, que nem sempre são claros e evidentes. Já o segundo aspeto constata que, pressupondo a existência de uma especialização nos termos referidos anteriormente, muitos jornais generalistas passariam a designar-se regionais. Labella (2010) partilha de uma ideia semelhante, considerando que todos os jornais são de certo modo regionais. Esta é uma ideia um pouco extremista.

O verdadeiro problema é a ligação destes limites territoriais com os vetores de proximidade, desenvolvidos na relação entre o meio de comunicação e o público. No entanto, mais importante que a questão geográfica é a criação de um sentimento de identidade. Com as novas tecnologias cresce uma nova oportunidade para os meios de comunicação locais e regionais, isto é, uma oportunidade para o desenvolvimento do jornalismo de proximidade.

Quando falamos de jornalismo especializado reportamos o nosso pensamento para um conjunto de conhecimentos específicos em determinada área. Já quando falamos de jornalismo local e regional, constatamos que o seu exercício está a cargo de profissionais de informação generalista. A situação ideal seria que os jornalistas destes meios de comunicação se organizassem de forma a dividirem tarefas, no sentido de uma especialização de conteúdos. A ideia seria, por exemplo, numa redação, existirem jornalistas dedicados a negócios e grandes acontecimentos empresariais na região; outros dedicados a assuntos políticos, como a nível das câmaras municipais ou do próprio estado, sempre com uma perspectiva local; outros empenhados nos assuntos da população local, entre outros (Kaniss, 1991). Seguindo esta divisão, e de acordo com a visão proposta por Camponez (2002), estaríamos perante um corte vertical e horizontal em simultâneo.

Todavia, esta questão prende-se com outros fatores, nomeadamente a questão da falta de recursos e de meios para levar a cabo esta divisão. O jornalista deve fazer a cobertura de vários assuntos de forma a estar minimamente preparado para todas as ocasiões.

Nos meios de comunicação locais e regionais, o jornalista acaba por se envolver mais com os temas da localidade, daí ser natural pensarmos em especialização nestes meios. No entanto, como pudemos constatar anteriormente, uma especialização envolve mais do que um simples interesse pelos assuntos locais.

Quando falamos de televisão local e/ou regional, todas estas particularidades saem exponenciadas pelas características próprias do meio televisivo: a imagem aliada ao som, o imediatismo e a instantaneidade, entre outras.

2.3. O Desporto no Jornalismo Televisivo

“Não há jornalista que não tenha clube, transportar essa tendência para o trabalho é que é inconcebível.”

Alexandre Afonso, Jornalista Antena 1

Já aqui falámos em especialização e na naturalidade com que se encara o jornalismo local e regional como uma especialidade do jornalismo. Relativamente à estação televisiva em análise neste relatório – o Porto Canal – coloca-se uma questão pertinente: **o início da gestão do FC Porto transformou o Porto Canal num canal especializado em desporto?** À primeira vista podemos achar que sim, dada a grandeza do clube e as pressões associadas a esta ligação tão restrita, anteriormente abordadas neste relatório. **Mas o que implica uma especialização do Porto Canal na temática do desporto?**

A implementação do jornalismo desportivo no Mundo, com refere Martins (2008: 26) “aconteceu de uma forma irregular e já tardia”. As razões para essa dificuldade de implementação residem não só no facto de os conteúdos desportivos terem conquistado um lugar de destaque na sociedade apenas em finais do século XIX, como na dificuldade, aquando da sua implementação, de cativar e assegurar um público fiel às publicações que iam surgindo (Martins, 2008: 27). Entre o final do século XIX e o fim da Segunda Guerra Mundial o desporto tornou-se um “fenómeno cultural de grande transcendência na intercomunicação das pessoas e dos povos” (Ramirez, 1995 cit. por Martins, 2008: 27). As primeiras notícias desportivas surgiram, numa primeira fase, em publicações generalistas e mais tarde em suplementos específicos dessas mesmas publicações, no caso da imprensa escrita. Contudo, o crescente interesse no mundo desportivo levou à criação de publicações periódicas especializadas na área um pouco por todo o mundo.

Com o aparecimento da televisão e com a criação de vários canais televisivos, o desporto passou também a fazer parte das programações de diversos canais. Esta evolução do papel para o ecrã de televisão começou, à semelhança dos meios impressos, pela introdução gradual do desporto nas emissões generalistas e, atualmente, existem já canais especializados na área. De notar que para este facto muito contribuiu, no caso português, a crescente importância atribuída a uma modalidade desportiva em específico: o futebol. De salientar ainda que, em termos televisivos, o desporto marca

agora um lugar de destaque não só nos blocos informativos como em programas específicos e na transmissão em direto de algumas competições desportivas.

Atualmente, o desporto é um setor da atividade económica que move audiências em televisão. Em pouco mais de 20 anos assistiu-se a uma mudança drástica na importância socioeconómica do desporto em Portugal. Até aos anos 80, no século XX, esta era uma atividade predominantemente localizada e de voluntariado. Como refere Lopes (2006: 89), “apesar da atenção social ser já considerável, a importância económica só se veio a instalar, mais tarde, com a profissionalização do sector”. Desde então o consumo do desporto nos meios de comunicação social tem registado um aumento fulminante. Contudo, esse aumento apresenta-se de certa forma parcelado, havendo modalidades que claramente se destacam.

Na Europa, o futebol é, de longe, a modalidade com mais destaque nos meios de comunicação social e esse facto constata-se desde logo nas receitas dos clubes. Atualmente são várias as empresas que se associam ao desporto, em particular ao futebol, como forma de aumentar a sua notoriedade e a dos seus produtos. Os meios de comunicação social são a plataforma ideal para essa divulgação, dada a sua proximidade aos atores desportivos (Lopes, 2006: 90-91).

Apesar de, no caso português, o futebol ser o desporto rei, não se devem menosprezar as restantes modalidades desportivas. Existem nichos que não devem ser desvalorizados. Devem pois ser identificados e desenvolvidos uma vez que possuem “uma efetividade exponencial consoante os recetores visados, as tecnologias visadas e o desempenho do jornalista e/ou comentador” (Lopes, 2006: 91).

O ano de 2004, por exemplo, foi muito positivo para Portugal a nível desportivo, nomeadamente no que diz respeito ao futebol. O país recebeu o campeonato europeu de futebol – o terceiro maior evento desportivo do mundo – o que se traduziu num aumento do número de páginas de jornal dedicadas ao desporto e também num aumento do número de notícias dedicadas ao desporto na rádio e na televisão (Fernandes, 2011: 36).

Como refere Novais (2011, cit. por Fernandes, 2011: 36):

“os eventos desportivos são, atualmente, um dos movimentos sociais mais mediatizados, seja por uma lógica de mercado ou por questões simbólicas, pois o desporto tem um papel fundamental na construção das identidades e subjetividades. Na verdade, eventos mediatizados como os Campeonatos do Mundo de Futebol tendem a extravasar a esfera meramente desportiva. Mais do que a mera competição, um jogo de futebol a esse nível assume o estatuto de uma manifestação

cultural, da qual fazem parte diversos intervenientes: os atletas, treinadores, dirigentes, público e os media. Em parte tal deve-se à crescente mediatização do desporto e à natureza da cobertura noticiosa do mesmo”.

Apesar de parecer um assunto simples de retratar jornalisticamente, o desporto é uma área que exige um conhecimento especializado por parte do jornalista. O vocabulário característico, as várias modalidades e as regras a elas associadas são aspetos que não podem escapar ao jornalista. Contudo, se o jornalista apostar numa especialização numa só modalidade corre o risco de não estar preparado para, se necessário, abordar as restantes modalidades. A especialização do jornalista de desporto numa modalidade é benéfica, mas este também deve possuir um conhecimento geral acerca das restantes áreas desportivas (Silveira, 2009: 54).

O jornalista de desporto está também sujeito a várias pressões, além das que caracterizam o exercício da sua profissão. Como refere Alexandre Afonso, jornalista da Antena 1 (cit. por Santos, 2012: 26) “não há jornalista que não tenha clube, transportar essa tendência para o trabalho é que é inconcebível”. Além desta pressão interior, o jornalista depara-se ainda com a pressão dos adeptos, com a paixão desenfreada que alguns nutrem por determinado clube. O futebol é a modalidade em que esta paixão é mais flagrante. No entanto, “não se faz jornalismo sem se fazer vítimas, ou melhor, sem provocar algum reflexo social. Se não provocar, não é jornalismo” (Barbeiro e Rangel, 2006: 116 cit. por Silveira, 2009: 61).

Outra das grandes pressões observadas no jornalismo desportivo é a pressão dos próprios clubes e/ou dos seus dirigentes. Muitas vezes, por detrás de certas informações transmitidas estão outros interesses como o interesse político. Cabe ao jornalista resistir a esta pressão mantendo-se fiel à conduta jornalística (Silveira, 2009: 61). Aliadas a estas pressões mais específicas, continuam a verificar-se os constrangimentos relacionados com o tempo e com o público-alvo.

Se analisarmos o caso do Porto Canal (Anexo 1), constatamos que a ligação ao FC Porto se traduziu logo num aumento de programas dedicados exclusivamente ao clube, que até então eram quase inexistentes. Essa alteração na programação concretizou-se essencialmente no futebol, porém outras modalidades também mereceram destaque. O hóquei em patins foi uma delas, sobretudo devido ao prestígio e aos bons resultados associados ao clube nessa modalidade. No que ao futebol diz respeito, além dos programas ligados ao clube, passaram a ser transmitidos em direto os jogos da Equipa B

do FC Porto. Os comentários desportivos passaram também a fazer parte do principal bloco noticioso do canal sempre que se justificava.

Atualmente existem cerca de 10 canais especializados em desporto em Portugal, todos eles com acesso pago. Os mais flagrantes são *A Bola TV*, *Benfica TV*, os cinco canais *Sport TV* e os três canais *Eurosport*. De todos eles, *A Bola TV* e *Benfica TV* são os que mais destaque dão ao futebol nas suas grelhas de programação, sendo este último ligado ao SL Benfica, um dos principais clubes da primeira liga portuguesa. Estes canais estão disponíveis por cabo, à semelhança do *Porto Canal*.

3. ESTUDO DE CASO

Depois desta reflexão surge a necessidade de perceber até que ponto a marca FC Porto influenciou a linha editorial dos blocos informativos do Porto Canal, nomeadamente do *Jornal Diário* às 20h.

Com este estudo pretende-se confirmar se, de facto, desde o início da gestão do FC Porto, a informação no Porto Canal viu as suas prioridades alteradas, passando o clube a ser um assunto de maior destaque; ou se, por outro lado, a informação do Porto Canal manteve a sua autonomia, não descurando a sua ligação estrita ao norte do país e dando destaque aos acontecimentos regionais de maior importância.

3.1. Metodologia

Para constatar o impacto que o início da gestão do FCP causou no alinhamento informativo do Porto Canal, foi realizada uma análise de conteúdo ao *Jornal Diário* (20h), uma vez que se trata do principal bloco informativo do canal. Trata-se de uma técnica aplicável a todos os meios de comunicação e tipos de conteúdo; uma técnica de pesquisa sistemática e quantitativa dos padrões comunicativos manifestos que aposta no rigor do método como forma de não se perder na heterogeneidade do seu objeto (Dias, 2012). De acordo com esta análise, a neutralidade do método é sinónimo da garantia de resultados mais precisos. Com a utilização desta técnica, na seguinte análise, pretende-se ultrapassar a incerteza e enriquecer a leitura, objetivos ambicionados pela análise de conteúdo.

Para iniciar o estudo é necessário definir um modelo de análise, esclarecendo *a priori* o que se pretende aferir com a análise. Neste caso, pretende-se perceber se a chegada do FC Porto ao Porto Canal trouxe consigo alterações profundas no alinhamento do principal bloco noticioso do canal, o *Jornal Diário*, ou seja, se os conteúdos desportivos ligados ao FC Porto ganharam um maior destaque no *Jornal Diário* com o início da gestão do clube.

A amostra em estudo é constituída por trinta emissões do *Jornal Diário*: quinze alinhamentos referentes ao mês de julho de 2011 e outros quinze alinhamentos referentes ao mesmo período do ano seguinte. Em análise está o intervalo de 1 a 15 de julho de 2011 e o mesmo período do ano seguinte.

Escolheu-se o mês de julho por ser uma época em que o Futebol tem menos destaque, uma vez que a maioria dos clubes se encontra na fase de preparação e a ultimar os jogadores que formarão o plantel da nova temporada. As datas escolhidas, julho de 2011 e julho de 2012, devem-se ao facto de no primeiro ano ainda não existir qualquer ligação com o Futebol Clube do Porto. Essa ligação surgiu em agosto de 2011, com o início da gestão do clube no Porto Canal. No entanto, optou-se por estudar o mesmo mês em dois anos diferentes para evitar o enviesamento das conclusões obtidas.

Os alinhamentos utilizados na análise foram gentilmente cedidos pelo Porto Canal. Trata-se de documentos que fazem parte da dinâmica da redação de informação do canal e são, por isso, fidedignos. Contudo, dada a instantaneidade característica do meio televisivo, há a possibilidade de surgirem alterações de última hora que modificam a ordem das notícias inicialmente proposta. Regra geral, o alinhamento inicial só é

alterado se houver um assunto de última hora que o justifique ou no caso de algum problema técnico, quer na redação, quer na régie. Se ocorrerem alterações de última hora, o alinhamento inicial não é corrigido. No entanto, se alguma peça cair, o mais provável é que conste no alinhamento do bloco informativo seguinte, se se justificar.

A amostra em estudo é assim composta pelos alinhamentos do *Jornal Diário*, correspondentes aos primeiros quinze dias dos meses de julho de 2011 e 2012. Esta amostra pretende ser representativa da ação do Porto canal, em termos de organização da informação cedida ao espectador, face ao início da gestão FC Porto em agosto de 2011.

Para compreender e organizar os temas destacados em cada emissão, foram utilizadas as seguintes editorias numa grelha de análise: *Política, Sociedade, Justiça/Tribunais/Polícia, Economia, Nacional, Internacional, Saúde, Local, Cultura, Religião, Desporto, Educação, Futebol Clube do Porto e Outros*. Estas editorias foram retiradas do estudo “TVI and SIC news websites: public participation and editorial criteria”, da autoria de Helena Dias Lima e Ana Isabel Reis. Foi acrescentada uma nova editoria, *FC Porto*, para destacar as notícias relacionadas com o clube em particular, uma vez que o estudo pretende perceber a influência do clube na orientação editorial da informação no Porto Canal. Na categoria *Local* foram aglomeradas todas as notícias que se referissem a assuntos relacionados com o Norte, quer seja um assunto que diga apenas respeito à região ou de âmbito nacional com implicância direta na região norte. Deste modo, as notícias que se referem a outras categorias, como saúde ou cultura, quando estão diretamente ligadas à região norte, são incluídas na categoria *Local*. Já na categoria *Nacional* estão apenas referidos os assuntos de âmbito geral sem implicância direta na região norte, mas com implicância de âmbito nacional. Na categoria *Internacional* foi apenas contabilizada uma notícia em cada emissão do *Jornal Diário*, uma vez que este tema é abordado em síntese individual composta por três assuntos distintos.

Seguidamente aplicou-se esta grelha de análise aos dois períodos em estudo. Com base nos resultados obtidos aplicou-se a mesma grelha de análise às notícias de abertura para tentar aferir as temáticas que ocupam lugar de destaque no *Jornal Diário*. Analisou-se ainda, em particular, os resultados obtidos na categoria *FC Porto*, no período considerado. Foi também desenvolvida uma análise pormenorizada à categoria *Desporto* numa tentativa de contextualizar os resultados obtidos na categoria *FC Porto*.

Antes de apresentar os resultados obtidos é necessário referir as alterações mais significativas no alinhamento do *Jornal Diário*, verificadas durante o período em estudo. Em julho de 2011 o *Jornal Diário*, na altura *Jornal do Norte*, tinha em média 14 notícias por edição, divididas por separadores simples e estratégicos. A emissão era conduzida por um jornalista, que se limitava a transmitir ao público as peças elaboradas na redação e que, por vezes, fazia uso dos chamados *OFF2*. Já em julho de 2012, o *Jornal Diário* ganhou uma nova dinâmica. O número médio de notícias subiu para 17 e o início da emissão passou a contar com uma síntese de abertura, onde eram apresentados os principais destaques informativos do dia. Ao longo do jornal criaram-se pequenos espaços dedicados ao debate, onde comentadores convidados davam a sua opinião ou até esclarecimentos sobre os assuntos mais mediáticos ou de maior importância da atualidade. Foi também criada uma síntese internacional, composta por três notícias relativas a três acontecimentos de âmbito internacional, transmitida no final da emissão, imediatamente antes da meteorologia.

Os resultados seguintes pretendem comprovar se o principal bloco informativo do Porto Canal recebeu ou não grande influência do FC Porto, a partir do momento em que o clube iniciou a sua gestão neste canal televisivo.

3.2. Discussão de Resultados

Os resultados obtidos revelam que, durante o período considerado, o FC Porto deixou de ser um assunto abordado no *Jornal Diário*, o principal bloco informativo do Porto Canal. Embora pareça contraditório, face às alterações que o início da gestão FC Porto trouxe para o Porto Canal, a explicação para este facto é simples. Contudo, será abordada num outro momento deste relatório. Primeiro importa perceber os números obtidos a partir desta análise.



Gráfico 1 – Resultados gerais de julho de 2011 e julho de 2012

Se observarmos o gráfico 1, que nos apresenta os resultados gerais obtidos no período em estudo, logo percebemos que os assuntos ligados ao Norte continuam em destaque, nomeadamente através dos valores registados na categoria *Local*. Esta foi uma das categorias que apresentou um maior crescimento, facto explicado, em grande parte, pela estrita ligação ao norte do país que o Porto Canal pretende explorar cada vez mais. Em termos numéricos, em julho de 2011 registaram-se 89 notícias direcionadas para a região norte, um número que em julho de 2012 subiu para um total de 107 notícias. Em termos percentuais, em julho de 2011, 41% do alinhamento do *Jornal Diário* era composto por notícias de âmbito local. Já no mesmo período de 2012 esse valor subiu para 42%, uma subida ligeira, justificada pelo aumento do número de notícias por cada

edição do *Jornal Diário* de 14 para 17, registado em 2012. Recordo que nesta categoria estão englobadas todas as notícias relacionadas com a região norte, mesmo as de âmbito nacional ou de outra categoria como saúde, por exemplo, desde que tenham implicância direta no norte. Dadas as características deste canal televisivo, os resultados obtidos nesta categoria poderiam parecer insuficientes para considerarmos a prática de um jornalismo regional e de proximidade. No entanto, é natural, e até produtivo, que as prioridades informativas do canal não se centrem exclusivamente em acontecimentos e notícias regionais. Se tal acontecesse cairíamos num erro crasso que anularia uma visão geral dos acontecimentos do país e do mundo, aspeto importante na formação de uma opinião pública equilibrada.

<i>Editorias/Mês</i>	Jul-11	Jul-12	Total
Política	16	24	40
Sociedade	4	12	16
Justiça/Tribunais/Polícia	5	12	17
Economia	25	35	60
Nacional	4	12	16
Internacional	0	14	14
Saúde	1	22	23
Local	89	107	196
Cultura	11	0	11
Religião	1	1	2
Desporto	37	6	43
Educação	4	8	12
FC Porto	18	1	19
Outros	1	1	2
	216	255	471

Tabela 1 – Resultados gerais por editorias referentes a julho de 2011 e julho de 2012

À semelhança da categoria *Local*, também as categorias *Política*, *Sociedade*, *Justiça/Tribunais/Polícia*, *Economia*, *Nacional* e *Saúde* registaram um aumento significativo de ocorrências, como se pode verificar claramente na Tabela 1. Com este resultado percebe-se a crescente preocupação do Porto Canal em garantir ao seu público uma informação variada, sem esquecer os assuntos que, por norma, merecem um grande destaque nos blocos informativos das televisões generalistas. Apesar de ser um Canal dedicado em grande parte ao Norte, o Porto Canal não esquece de transmitir ao seu público aquilo que de mais importante se passa em Portugal. De salientar ainda que o

aumento registado na categoria *Saúde* se deve, em grande parte, ao ambiente de greve vivido no setor da saúde durante o período em estudo.

A maior surpresa deste estudo prende-se com o sucedido na categoria *Internacional*. Em julho de 2011 este era um tema que não fazia parte do alinhamento do *Jornal Diário*. A emissão era então dedicada inteiramente a assuntos ligados a Portugal, com especial destaque para os relacionados com a região norte do país. Em julho de 2012, essa situação é alterada com a introdução de uma síntese informativa internacional, composta por três notícias relativas a três factos distintos que ocorreram no mundo. Em termos absolutos, passou a existir uma síntese internacional por cada emissão do *Jornal Diário*. Esta síntese, regra geral, fazia e faz parte do alinhamento do *Jornal Diário*. Só não é emitida no caso de existirem assuntos de última hora, que precisem de mais tempo para serem analisados, ou no caso de dificuldades técnicas, quer da régie, quer da redação.

Na categoria *Cultura* assistimos a uma descida acentuada dos resultados. Em julho de 2011 foram transmitidas 11 notícias relacionadas com a cultura, um número que no mesmo período de 2012 atingiu um valor nulo. Este resultado explica-se essencialmente pela aposta do Porto Canal na cobertura de eventos culturais ligados sobretudo ao norte. Deste modo, ainda que se tratem de assuntos ligados à cultura, são aglomerados na categoria local por possuírem uma ligação direta ao norte. Logo no dia 1 de julho de 2012, por exemplo, o *Jornal Diário* contava com três notícias de âmbito cultural: a primeira sobre a presença de um tapete de Joana Vasconcelos nas festas de S. Pedro da Afurada, Gaia; a segunda sobre as festividades de S. Pedro da Afurada, nomeadamente o fogo-de-artifício e a terceira sobre as rusgas do Manobras de S. João. As três notícias são de âmbito cultural, mas são exclusivas da região norte, pelo que foram consideradas na categoria *Local*. No entanto, é importante referir que não se esperavam resultados com maior expressão nesta categoria, uma vez que a cultura era abordada num programa específico, o *Culture Club*, que viria a terminar em 2013.

Para complementar este estudo, foi também realizada uma análise específica às temáticas abordadas nas notícias de abertura. Desde logo, com a análise do gráfico 2, constatamos que as categorias *Nacional*, *Internacional*, *Cultura*, *Religião*, *Desporto*, *FC Porto* e *Outros* nunca abriram a emissão do *Jornal Diário* durante o período em estudo, uma vez que apresentam resultados nulos. De salientar os resultados obtidos nas categorias *Desporto* e *FC Porto*, que indicam, à partida, que mesmo com a entrada do clube no Porto Canal, os critérios jornalísticos não foram alterados. É interessante

verificar os valores registados nas categorias *Saúde* e *Sociedade*. Ambas registaram valores nulos em julho de 2011, mas no mesmo período de 2012 a situação alterou-se. Na categoria *Sociedade* foi registada uma notícia, que dizia respeito ao internamento do realizador centenário Manoel de Oliveira. Já na categoria *Saúde* registaram-se duas notícias, ambas referentes à greve de médicos que afetou o país durante o período em estudo. Comportamento inverso apresentou a categoria *Justiça* que, de uma ocorrência em julho de 2011, passou a um valor nulo em 2012. As categorias *Educação* e *Política* apresentaram valores iguais: duas notícias de abertura em julho de 2011 e uma em julho de 2012.

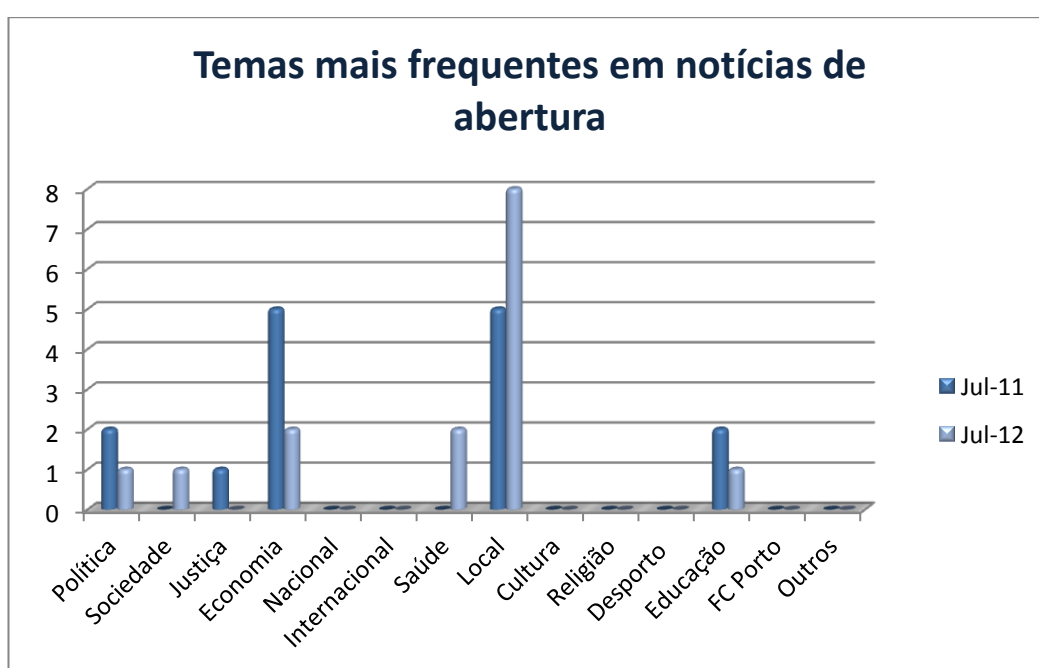


Gráfico 2 – Temas mais frequentes em notícias de abertura durante julho de 2011 e julho de 2012

Os valores mais expressivos foram observados nas categorias *Economia* e *Local*. Os assuntos económicos, assim como os locais, estiveram cinco vezes em destaque no *Jornal Diário*, enquanto notícia de abertura, em julho de 2012. No ano seguinte, a categoria *Local* registou um aumento, passando a registar oito notícias de abertura durante o período considerado. Já a categoria *Economia* apresentou um decréscimo, atingindo apenas um total de duas notícias de abertura, como podemos observar na tabela 2.

Editorias/Periodo	Jul-11	Jul-12
Política	2	1
Sociedade	0	1
Justiça	1	0
Economia	5	2
Nacional	0	0
Internacional	0	0
Saúde	0	2
Local	5	8
Cultura	0	0
Religião	0	0
Desporto	0	0
Educação	2	1
FC Porto	0	0
Outros	0	0

Tabela 2 – Temas mais frequentes em notícias de abertura

Analisando agora a vertente desportiva deste estudo, o mote deste relatório, deparamo-nos com duas categorias distintas: *Desporto* e *FC Porto*. Esta distinção é fundamental para se perceber de forma clara qual o impacto que o clube exerceu sobre o *Jornal Diário*.

Na categoria Desporto deparamo-nos com um decréscimo de trinta e sete notícias em julho de 2011, para seis em julho de 2012. Já no que diz respeito à categoria de FC Porto, em particular, de dezoito notícias registadas em 2011 passaram a apenas uma no ano seguinte. Estes resultados são aparentemente contraditórios, face ao momento vivido pelo Porto Canal em 2012, que já foi referido anteriormente neste relatório. A explicação para este facto é simples.

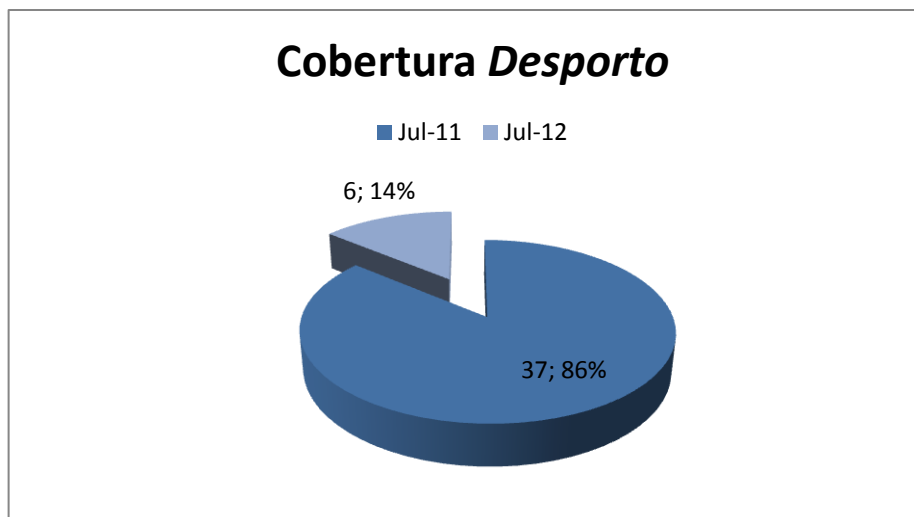


Gráfico 3 – Cobertura da editoria *Desporto*

No caso dos resultados obtidos na categoria *Desporto*, há que compreender a conjuntura desportiva vivida durante o período em estudo. Em julho de 2011 as equipas de futebol portuguesas encontravam-se numa fase de preparação para a nova época 2011/2012. Entre treinos, apresentação de equipamentos, jogos de apresentação aos adeptos, as atividades desportivas marcavam presença na atualidade e foram noticiadas trinta e sete vezes no *Jornal Diário*. Outros desportos e eventos desportivos mereceram destaque ao longo das 15 emissões do *Jornal Diário* aqui analisadas, como por exemplo o WTCC - Circuito da Boavista, o campeonato nacional de canoagem e a final de bilhar às três tabelas em Matosinhos. De salientar que, no caso do futebol, o *Jornal Diário* destacava as equipas sediadas no norte como o SP Braga, Vitória de Guimarães, Feirense, FC Penafiel entre outros. Também houve referências ao FC Porto, mas foram analisadas isoladamente e serão aprofundadas mais à frente neste relatório.

Já em julho de 2012 vivia-se um período de férias desportivas, não só no futebol, o desporto rei, como na maioria das modalidades. A atividade ligada ao futebol português não foi além de aspetos burocráticos, como por exemplo o sorteio dos jogos da liga. Daí os resultados obtidos indicarem apenas seis notícias desportivas, a maioria relativa a competições mais específicas e, regra geral, com menor visibilidade, como o *Extreme Sailing Series*, realizado no Porto por essa altura. Podemos assim concluir que, com base no gráfico 3, das quarenta e três notícias de *Desporto* registadas, trinta e sete foram observadas em julho de 2011 e as restantes seis em julho de 2012, valores que, em percentagem, se traduzem em 86% e 14% respetivamente.

O ponto de partida deste relatório é compreender o impacto causado pelo início da gestão FC Porto no Porto Canal. Com a análise da categoria *FC Porto* logo percebemos que os resultados são pouco significativos, o que nos leva, inclusivamente, a crer que esta mudança colocou o clube em segundo plano. Se observarmos o gráfico 4, percebemos que das dezanove vezes que o clube foi notícia no *Jornal Diário*, dezoito foram registadas em julho de 2011, altura em que o FC Porto ainda não tinha iniciado o seu período de gestão, e apenas uma foi registada já em 2012.

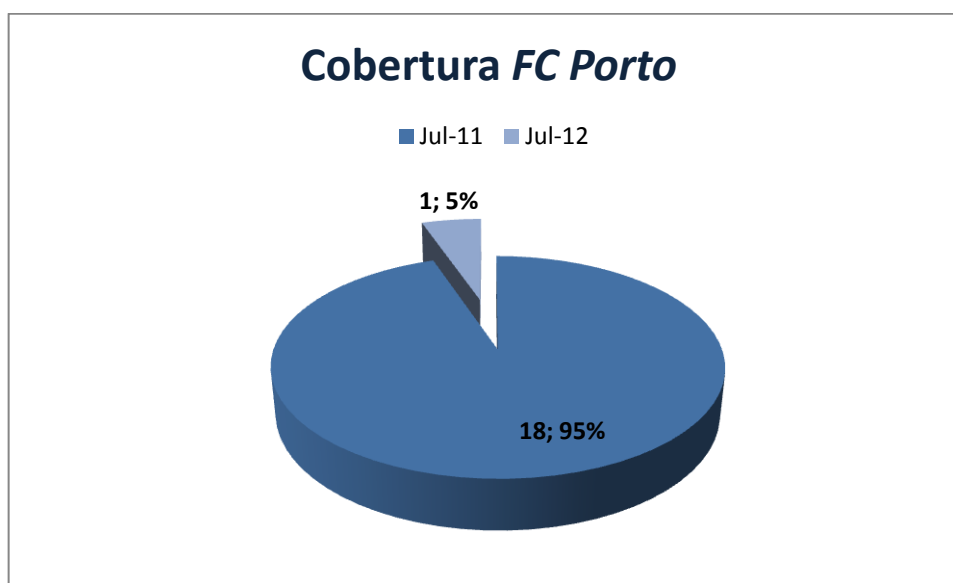


Gráfico 4- Cobertura da editoria FC Porto

Estes resultados explicam-se pela criação de programas dedicados exclusivamente ao FC Porto, sendo um deles, *45 minutos à Porto*, emitido imediatamente a seguir ao *Jornal Diário* (Anexo 1). Deste modo, não faria sentido desenvolver ao pormenor assuntos que, na hora seguinte, voltariam a ser abordados num outro programa. Durante o período de estágio, constatamos que, regra geral, sempre que existia algum assunto de atualidade relacionado com o clube era abordado, em primeiro plano, no *Jornal das 13h*. Os casos mais flagrantes foram as conferências de imprensa de Vítor Pereira, treinador do FC Porto na época 2012/2013 e as apresentações de novos jogadores do clube, exclusivas do Porto Canal. Estes assuntos foram, muitas vezes, abordados numa transmissão direta do local onde ocorreram. O FC Porto pode não ter conquistado um lugar de maior visibilidade no *Jornal Diário* em particular, mas conquistou um lugar de destaque na programação em geral do Porto Canal. Contudo, o Porto Canal continua a ser um canal televisivo que aposta num jornalismo de proximidade, dando destaque à

região norte do país e não um canal de índole meramente desportiva. Foca-se no desporto sim, sobretudo no FC Porto, uma vez que goza de alguns privilégios em relação ao clube, mas continua a apostar fortemente numa informação regional.

4. O ESTÁGIO

A análise de conteúdo desenvolvida no capítulo anterior e o tema central deste relatório estão diretamente relacionados com a experiência de estágio vivida no Porto Canal, de 15 de Novembro de 2012 a 15 de Fevereiro de 2013.

O estágio curricular em causa enquadra-se no plano de estudos do Mestrado em Ciências da Comunicação (MECC) que resulta de uma parceria entre as faculdades de Belas Artes, Economia, Engenharia e Letras. O MECC tem a duração de quatro semestres, sendo os dois primeiros de componente letiva e os dois últimos de preparação da dissertação ou de especialização profissional, com posterior relatório e defesa do mesmo.

O MECC estrutura-se em três ramos distintos (Comunicação Política; Cultura, Património e Ciência e Estudos dos *Media* e do Jornalismo) sendo que, neste caso, se optou pela variante de Cultura, Património e Ciência. Uma escolha que visou, essencialmente, aprofundar o conhecimento jornalístico nesta área em concreto.

Em cada ramo do MECC é dada a possibilidade ao estudante de escolher a via de investigação ou a via de especialização profissional. Depois de escolhida a via de especialização profissional, como foi o caso, é feita uma seleção do local de estágio através de uma lista, proposta pela FLUP, na qual constam as diversas parcerias realizadas entre a universidade e várias empresas ligadas ao ramo da comunicação. Em alternativa, o aluno poderá apresentar a sua autoproposta que será previamente analisada pela comissão científica do mestrado em questão.

Depois de ultrapassadas algumas dificuldades, o Porto Canal aceitou ser a entidade anfitriã do estágio profissionalizante em causa. Foi então realizada uma reunião prévia com a Chefe de Redação e orientadora de estágio, Dr.^a Vanda Balieiro, no sentido de planificar o estágio e definir um compromisso horário entre a estagiária e a instituição de acolhimento. Chegou-se assim a um horário de trabalho de oito horas diárias, em que coube inicialmente à estagiária definir a hora de entrada e de saída. Com o passar do tempo, foi fixado um horário pela estagiária, das 9h às 17h, que foi sendo ajustado consoante as necessidades do Porto Canal.

4.1. A Empresa

A Lei n.º 27/2007 de 30 de Julho, que aprova a Lei da Televisão, que regula o acesso à atividade de televisão e o seu exercício, estabelece uma tipologia de serviços de programas televisivos, dos quais constam os serviços temáticos. Segundo a mesma Lei, “são temáticos os serviços de programas televisivos que apresentem um modelo de programação predominantemente centrado em matérias ou géneros audiovisuais específicos, ou dirigido preferencialmente a determinados segmentos de público”. É nesta tipologia que se insere o Porto Canal, sendo que se dirige a um público específico, nomeadamente, ao público da região norte de Portugal.

O Porto Canal é assim uma televisão de incidência regional, que visa dar a conhecer a região norte e as notícias que marcam a sua actualidade, sem descurar o que se passa no país e no mundo. Esta estrita ligação ao norte do país foi uma das premissas que orientou o estudo de caso desenvolvido anteriormente.

Contudo, em algumas operadoras, nomeadamente a MEO, o Porto Canal faz parte de um conjunto de canais desportivos, devido à sua mais recente ligação ao Futebol Clube do Porto. Todavia, como já pudemos observar na análise de conteúdo aqui desenvolvida, o facto de o Porto Canal estar estritamente ligado ao FC Porto não se traduz numa mudança drástica nas opções editoriais do canal. Ou seja, apesar da exclusividade detida pelo Porto Canal em relação ao FC Porto, os conteúdos desportivos não ocupam mais de metade da programação, uma das características essenciais nos meios especializados em determinada área.

O Porto Canal é, assim, um canal de televisão por cabo, sediado na Senhora da Hora, Porto, da propriedade de Avenida dos Aliados Sociedade de Comunicação SA. Atualmente é dirigido por Júlio Magalhães, Domingos de Andrade e Rui Cerqueira, juntamente com uma equipa de jornalistas, coordenadores e editores empenhados em conduzir o canal ao sucesso.

Desde o seu início, a 29 de setembro de 2006, que o Porto Canal tem vindo a apostar numa programação de proximidade. Inicialmente era focada, sobretudo, na região do Grande Porto, mas, mais tarde, foi direcionada para toda a região norte com a abertura de várias delegações estratégicas.

Esta expansão foi um passo importante para que o Porto Canal vincasse o carácter de proximidade da sua informação e entretenimento. O principal objetivo era (e continua a ser) dar voz a regiões menos mediáticas, promover o conhecimento do país e discutir os

problemas que habitualmente não têm cobertura informativa (Domingos de Andrade, director de informação e programação).

Lentamente, esse objetivo tem sido concretizado e o Porto Canal tem chegado a um número cada vez maior de espectadores. Ao longo da história, factos como a chegada do canal ao MEO, em 2010, a entrada de Júlio Magalhães como director geral (também em 2010) e o início da gestão FC Porto, em agosto de 2011, têm contribuído para esse crescimento.

No seu arranque, o Porto Canal contava apenas com 3 jornalistas, 1 produtora e 1 repórter de imagem que, além de outros programas, asseguravam dois blocos noticiosos diários. Um ano depois, o número de jornalistas subiu para 6, passando a contar com 2 produtores e 3 repórteres de imagem. Em 2010, o Porto Canal contava já com 10 jornalistas na sede e 6 nas 3 delegações, 2 produtores, 4 repórteres de imagem na sede e 3 nas delegações. São números que derivam do alargamento do canal no norte, com a abertura das três primeiras delegações nesse ano: Tâmega e Sousa, Trás-os-Montes e Alto Douro. A partir deste ano o principal bloco noticioso do Canal, *Telediário* (atual *Jornal Diário*), passou a ser exibido diariamente, incluindo fins-de-semana. (Dias, 2012)

Ainda em 2010, o Porto Canal torna-se pioneiro na utilização do sistema *LiveU*, uma tecnologia inovadora que permitia a transmissão de sinal de vídeo e áudio através da rede móvel. Evitava-se, assim, a necessidade de uma ligação via satélite, permitindo que a transmissão seja feita de qualquer lugar através da rede móvel. Uma das grandes vantagens desta nova tecnologia é o facto de todo o equipamento necessário caber numa mochila. A utilização deste equipamento possibilita uma maior mobilidade às equipas de reportagem, garantindo também uma significativa redução de custos. (Jornal de Notícias, 22 de abril de 2010).

A expansão do Canal foi prosseguindo e no início de 2011 foram abertas novas delegações (em Guimarães e no Douro). O objetivo da expansão era claro ao ponto de, nessa altura, se ponderar alterar o nome do canal.

2001 foi um ano de mudanças importantes no Porto Canal. Foi nesse ano que o FC Porto adquiriu a parte detida pela Media Luso (97%), pertencente ao grupo espanhol Media Pro, o principal acionista do canal no momento. Com esta mudança, O Porto Canal passou a organizar-se da seguinte forma: Domingos de Andrade assumiu o cargo de Director de Informação e Programas, Rui Cerqueira o de Director de Conteúdos

Desportivos, Fernando Tavares o de Assessor de Direcção, Vanda Balieiro o de Chefe de Redacção e Sara Barbosa o de Chefe da produção de informação.

Como seria de esperar, verificaram-se algumas alterações na programação do canal com a chegada do FC Porto. Os conteúdos desportivos ganharam autonomia, uma vez que passaram a ser determinados pelo clube e a ocupar espaços próprios na programação. A restante panóplia de informação manteve também a sua autonomia, continuando a abordar os mais variados temas.

A 30 de janeiro de 2012, assistiu-se a uma renovação da grelha de programação do canal. O espaço informativo – *O dia em análise* – que além de notícias contemplava um espaço dedicado ao debate, foi substituído pelo *Último Jornal*, onde já não havia lugar para o debate. Foram também alargadas as sínteses informativas ao longo do dia, surgindo um novo bloco às 18h. O *Jornal do Norte*, antigo *Telediário*, vê o seu cenário e grafismos refrescados e surge o programa *Territórios*, dirigido apenas para a região norte, emitido antes do *Jornal do Norte*. A 1 de fevereiro do mesmo ano, Júlio Magalhães assume o cargo de Diretor Geral do canal. Ainda em 2012, abriram mais duas delegações: Braga e Lisboa. Esta última deve-se a um protocolo celebrado com a Agência Lusa e tinha como principal objectivo “ouvir a opinião de protagonistas nortenhos que estabeleceram a sua actividade profissional na capital” e “dar voz aos assuntos que ocorrendo em Lisboa têm relevância para o Norte do país” (Dias, 2012). Com a chegada de Júlio Magalhães foi criado um novo bloco noticioso, *Jornal das 13h*, e o *Jornal do Norte* passou a designar-se *Jornal Diário* e a ser emitido às 20h.

Em 2013, destacam-se 5 noticiários na grelha de programação diária: o *Jornal das 13h*, as *Notícias às 17h* e às *18h*, o *Jornal Diário* às 20h e o *Último Jornal* às 24h. Semanalmente, às 20 horas, todas as sextas-feiras, Júlio Magalhães apresenta o *Jornal da Semana*, um espaço onde se analisa a informação da semana, com reportagens, comentários em estúdio e dois comentadores fixos que analisam os temas “quentes” da semana. Aos sábados, pelas 13 horas, é transmitida a *Revista da Semana* que apresenta uma compilação das principais notícias da semana. Para além destes blocos informativos de carácter mais geral, onde se analisa a região norte, o país e o mundo, destaca-se o programa *Territórios*, dedicado sobretudo às notícias mais específicas da região norte. A conduzir a informação estão, os jornalistas Carla Ascensão, Ana Rita Basto, Pedro Carvalho da Silva e Cláudia Fonseca.

Em 2013 a aposta na informação de qualidade e em exclusivo ganhou força com a criação de novos espaços informativos, a saber *Especial Informação* e *Grande*

Entrevista. O primeiro, de terça a sexta às 23h, com intervenções alargadas de temas que marcam a atualidade, conduzido por Bernardino Barros no desporto; Júlio Magalhães em sociedade e entrevistas e Rogério Gomes em Economia. Por último, a *Grande Entrevista*, conduzida, todas as quintas-feiras às 20h30, pelo diretor de Informação, Domingos de Andrade.

No que diz respeito ao Futebol Clube do Porto, a grelha de programação tem sofrido alterações desde a chegada do clube ao canal. Inicialmente, com a atualização da programação efectuada, foi dado grande destaque ao FC Porto, quer na criação de novos programas inteiramente dedicados ao clube (como *Invictos*, *Somos Porto*, *Portistas do Mundo* e *A Cadeira de Sonho* – programas de reportagem), quer nos espaços noticiosos já existentes. Com o passar do tempo esse destaque foi sendo moderado e atualmente o FC Porto possui três programas específicos no canal: *Azul e Branco*, *Flash Porto* e *45 Minutos à Porto*. Contudo, sempre que se justifica este é um tema abordado nos blocos informativos. O Porto Canal transmite ainda os encontros de várias modalidades do clube, entre elas o andebol, hóquei em patins e a equipa B de Futebol.

Em termos técnicos, o Porto Canal aposta na diferença ao utilizar o efeito *Chroma Key*, ou seja, o cenário é composto por uma tela verde que virtualmente representa o fundo correspondente a cada programa. Programas como Territórios e Flash Porto utilizam esta tecnologia para recriar os seus cenários. Anteriormente, as sínteses informativas eram gravadas utilizando este efeito inovador, contudo, com a renovação das instalações, em finais de 2012, a informação viu a sua imagem refrescada. O espaço dedicado aos blocos informativos do canal passou a ter como fundo a própria redação. O azul e o laranja dominam o restante cenário, com uma zona específica perpendicular à redação. Nas sínteses informativas é utilizada essa zona do estúdio, que serve de cenário aos convidados dos blocos informativos do canal. O Porto Canal conta também com um cenário principal, composto por painéis de fundo que vão sendo substituídos e adequados a cada programa. Aqui já não se verifica a existência de qualquer cenário virtual. Os programas dedicados ao FC Porto possuem também um cenário fixo, mas em alguns programas é utilizado o efeito *Chroma Key*.

Durante o período de estágio no Porto Canal foi possível assistir a algumas mudanças aqui relatadas e assim participar ativamente na adaptação às novas práticas. Essa ambientação será descrita ao pormenor num outro ponto deste relatório.

4.2. A influência do Futebol Clube do Porto

Apesar de, no seu início, o Porto Canal ter surgido enquanto uma estação de televisão dedicada à região do grande Porto, cedo se percebeu que o projeto poderia ir mais além. O porto Canal prometia, então, seguir, exclusivamente, “uma lógica de proximidade e não de entretenimento ou informação” (Jornal de Notícias, 29 de setembro de 2006). A seu tempo, a informação e a programação dedicadas ao grande Porto foram-se estendendo a toda a região norte. Um dos grandes passos para a concretização deste alargamento foi, sem dúvida, a abertura de delegações, situadas em pontos estratégicos da região. Em junho de 2010 foram inauguradas delegações em Penafiel (Tâmega e Sousa), Mirandela (Trás-os-Montes) e Arcos de Valdevez (Alto Minho). Juan Figueiroa, que em 2009 assumiu o lugar de Bruno de Carvalho na direcção geral do Porto Canal, considerou este “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” numa tentativa de reforçar “o carácter de proximidade da sua informação e entretenimento” nas regiões de menor visibilidade nos *media* televisivos. (Dias, 2012)

Com este novo passo seria mais fácil criar uma relação de proximidade forte com o público do norte. Dado o crescimento evidente do Porto Canal, enquanto meio de comunicação social de cariz regional, novos desafios foram sendo lançados, entre eles o interesse do FC Porto em associar o canal ao clube. Esta união acabaria por acontecer a 1 de agosto de 2011 e causou impacto, não só na programação da estação, como na orientação editorial do canal.

Ao nível da programação, a nova temporada do Porto Canal iniciou-se com a estreia de novos programas dedicados exclusivamente ao clube. *Invictos*, *Somos Porto*, *Cadeira de Sonho* e *Portistas do Mundo* foram os primeiros programas de reportagem relativos ao FC Porto. Mais tarde, surge o *45 minutos à Porto*, um programa de actualidade da marca FC Porto, com entrevistas, debates e grandes reportagens. Além de fazer uma cobertura da actualidade do FC Porto, o programa abordava também assuntos menos mediáticos, apresentando reportagens mais extensas acerca de assuntos de carácter informal acerca do clube.

Atualmente, o programa *45 Minutos à Porto* é transmitido de segunda a quinta, às 21h15, logo após o *Jornal Diário*, tem a duração de 45 minutos e é apresentado pelos jornalistas Paulo Miguel Castro e Tiago Girão. Já o programa *Cadeira de Sonho* procura

histórias de gente comum que tem paixão pelo FC Porto. É emitido à terça-feira a partir das 21h15 e, presentemente, está integrado no *45 minutos à Porto*. Também agregado ao programa *45 minutos à Porto* surge *Azul e Branco*, um programa de reportagem, com transmissão às quintas-feiras, conduzido pelo jornalista Ricardo Amorim, dedicado ao universo menos conhecido do FC Porto. O Porto Canal possui ainda um programa de sínteses desportivas denominado *Flash Porto*, que se debruça sobre a atualidade do clube. Na informação, o *Jornal Diário*, viu aumentar a sua duração para 40 minutos.

4.3. Finalidade e processo de realização do relatório de Estágio

A realização deste relatório é peremptória para a obtenção do grau de mestre em Ciências da Comunicação, mas mais do que isso é essencial para consolidar os conhecimentos adquiridos ao longo do estágio. É, por isso, o resultado final de três meses de trabalho no Porto Canal e tem como principal objetivo retratar as atividades realizadas e refletir sobre o desenrolar e as repercussões das mesmas.

Relativamente à componente prática, o estágio centrou-se, sobretudo, na produção noticiosa para os blocos informativos do canal: a saber *Jornal das 13h*, *Jornal Diário* e *Último Jornal*. Esporadicamente foram produzidos conteúdos para outros programas mais específicos, tais como *Culture Club* e *Territórios*.

Inicialmente foi feito um acompanhamento do trabalho dos jornalistas ao pormenor. Desde as saídas em reportagem até à chegada à redação, onde o jornalista editava a informação recolhida, produzindo inteiramente a sua reportagem. Foram assim adquiridas competências na área de edição de informação, nomeadamente com a utilização do programa *Final Cut Pro*, assim como técnicas de escrita televisiva e de voz.

Durante o estágio assistiu-se a uma modernização das instalações da redação e dos componentes técnicos inerentes à produção de blocos de informação televisivos, nomeadamente a adoção de um sistema informático que veio substituir os discos de armazenamento externo e as cassetes que dificultavam a arquivagem e o envio de peças para a *Régie*.

Ao nível da produção, o acompanhamento não foi tão intenso, todavia foram desempenhadas tarefas básicas relacionadas com esta temática, tais como a elaboração de “push ups” (informações que passam em rodapé durante o jornal) e de rondas.

Foram registadas diariamente todas as atividades desenvolvidas no Porto Canal, num “Diário de Bordo”, como forma de organizar e estruturar todas as informações relativas à componente prática.

De salientar o acompanhamento, que nunca me foi negado por toda a equipa, quer no esclarecimento de dúvidas, quer em sugestões concretas para melhorar o meu desempenho.

4.4. Atividades desenvolvidas ao pormenor

Durante a primeira semana de estágio acompanhei os trabalhos da redação para compreender o mecanismo de funcionamento da mesma. Assisti também às reportagens no terreno, acompanhando as equipas que ao longo do dia se deslocavam para os locais de reportagem para cobrir os mais variados acontecimentos.

Desde logo consegui perceber o ritmo frenético a que as informações iam chegando à redação e a necessidade de agir rapidamente para que tudo estivesse pronto a tempo do jornal. As dificuldades eram várias, mas notou-se sempre um empenhamento de todos os jornalistas para que não houvesse atrasos. Contudo, nem sempre tudo corria como planeado e era determinante agir com brevidade para compensar o atraso.

Por vezes, algumas peças precisavam de ser enriquecidas com pareceres de especialistas na área, pelo que a produção entrava de imediato em contato com alguém que pudesse marcar presença no jornal para esclarecer melhor cada assunto. Quando se adotou esta prática, em 2011, existia um painel fixo de comentadores de forma a criar uma rotina e estreitar a ligação com os espectadores. Com o passar do tempo, esse hábito perdeu a força, dando lugar a uma maior aposta em variados especialistas, valorizando diferentes opiniões.

A primeira saída em reportagem aconteceu no dia vinte de novembro, com a jornalista Mónica Silva e o operador de câmara Jorge Matos. O motivo de reportagem foi uma reunião do candidato a presidente da Câmara Municipal do Porto, pelo Partido Socialista, às autárquicas 2013, Manuel Pizarro. No final da reunião o candidato prestou declarações à imprensa, explicando as conclusões obtidas na reunião em causa. Na altura discutia-se um novo planeamento para um melhor aproveitamento do mercado do Bolhão, uma questão que faria parte das medidas propostas na sua campanha política.

Com esta entrevista, lembrei algumas técnicas para manter um diálogo coerente com o entrevistado e conseguir tirar o melhor partido das suas declarações. Foi também o primeiro contacto com o trabalho do jornalista e do operador de câmara no terreno, que precisam de estar em sintonia para produzir melhores resultados (desde a posição do entrevistado face à câmara, até à posição do próprio jornalista ou às questões relacionadas com o som). Tudo isto são pormenores que devem ser levados em conta no trabalho no terreno, para que, ao chegar à redação, a informação recolhida pelo jornalista e pelo operador de câmara seja de qualidade.

A segunda saída, ocorreu também no dia 20 de novembro, mas desta vez num novo registo que até então não tinha experimentado. Neste caso acompanhei a jornalista Daniela Assunção e o operador de câmara Ricardo Fino numa reportagem sobre o aumento das compras dos turistas. Foi então realizado um pequeno *vox pop*¹, na Rua Santa Catarina, no Porto, onde se tentou perceber se os turistas gastavam mais ou menos em compras. Interpelaram-se alguns turistas que passavam pela rua, uma tarefa que exige alguma persistência por parte do jornalista, pois a maioria das pessoas não se mostrava disponível para responder às questões pelas mais variadas razões (ou porque não tinham tempo ou porque não queriam aparecer na televisão, por exemplo). Falámos também com alguns comerciantes locais que também se pronunciaram sobre o contributo dos turistas para o comércio.

No dia 21 de novembro voltei a sair em reportagem, desta vez para acompanhar uma conferência na Universidade Lusíada do Porto sobre a morte clinicamente assistida, com a jornalista Vânia Moura e o operador de câmara João Carujo. Antes do início da conferência entrevistámos o Professor Pinto da Costa que nos falou das novas regras do testamento vital, recentemente aprovadas em assembleia da república, esclarecendo a sua opinião acerca do assunto. A partir deste dia iniciei uma nova etapa no estágio, começando por fazer as minhas peças, tendo por base as informações recolhidas pela equipa que acompanhava no terreno. Saía em reportagem com os jornalistas e, ao chegar à redação, construía a minha peça com base nas informações e imagens recolhidas pela equipa no local.

Nos dois dias seguintes elaborei então as minhas peças relativas aos assuntos abordados nas saídas em reportagem em que participei. Preparei os textos e gravei voz *off* para depois construir as reportagens televisivas, utilizando as imagens recolhidas pelo operador de câmara no local. Assim, acabei por desenvolver o meu trabalho, tendo por base os mesmos recursos que estavam à disposição do jornalista quando produziu a sua reportagem. O desafio era testar a minha criatividade e capacidade de síntese, comparando, apenas no final, a minha reportagem com a do/a jornalista que tratou o mesmo assunto. Com este exercício foi possível melhorar a minha abordagem aos

¹ Um *vox pop* é uma espécie de pequena sondagem, que consiste na recolha de depoimentos relativos a um determinado tema junto das pessoas que vão passando pelas ruas. É um método muito utilizado no jornalismo como forma de transmitir a “voz do povo”.

diferentes temas, aprendendo assim a organizar melhor as declarações e informações recolhidas.

Na semana seguinte, de 26 a 30 de novembro, continuei o mesmo esquema de trabalho, mas acompanhando mais os jornalistas na gravação de voz *off*. Desta forma consegui desenvolver algumas técnicas vocais para melhorar a entoação e corrigir alguns regionalismos na voz. Durante esta semana abordei os mais variados temas, tais como economia, ciência, região e política.

Na semana de 3 a 7 de dezembro comecei a ganhar alguma autonomia e numa saída em reportagem, com a jornalista Eduarda Pires, tive a minha primeira experiência em jornalismo: um *vox pop* para o programa de entretenimento “Porto Alive”. O *vox pop* intitulava-se “Português” e o objetivo era perceber como falavam os portuenses. Sentar ou assentar?, Largar ou deslargar?, Trocar ou destocar?, Mandar ou amandar?, eram as questões a colocar, sendo que em cada grupo só uma palavra estava correta. Além do *vox pop*, saí em reportagem, pela primeira vez sem a companhia de um jornalista, para acompanhar a apresentação da candidatura de Orlando Cruz à Câmara Municipal dos Porto, nas autárquicas de 2013. No caminho para a conferência eram mais as incertezas do que as certezas, uma vez que o candidato não era dos mais conhecidos e na redação pouco mais se sabia do que o seu nome e que se iria candidatar à Câmara Municipal do Porto. Deste modo era necessário, mais do que nunca, saber bem de quem se tratava e apresentá-lo ao público com mais pormenor, pois se os jornalistas não faziam ideia de quem se tratava, o público, provavelmente, também não o conhecia. O primeiro passo, antes de partir para a entrevista, foi fazer uma pesquisa na internet para tentar perceber mais acerca do candidato. Essa pesquisa revelou-se insuficiente, pelo que era necessário questionar diretamente o candidato. Contudo, convinha perguntar todos esses dados mais pessoais de forma clara, mas sem transparecer que o conhecimento acerca dele era quase inexistente. Os nervos eram muitos, mas assim que cheguei ao Hotel onde decorreu a apresentação tudo passou e consegui entrevistar o candidato e realizar a reportagem pretendida. A maior dificuldade, além de controlar os nervos e a ansiedade típicas de quem não está 100% à vontade em determinado tipo de trabalho, foi a construção do texto e a gravação da voz *off*. Dada esta dificuldade, o jornalista Pedro Carvalho da Silva recomendou que realizasse alguns exercícios para treinar a colocação da voz, pois não estava a conseguir transmitir a força suficiente para cativar o espectador. Em televisão, nomeadamente em reportagens de informação, as imagens são cruciais, mas o nosso texto e a maneira como o lemos são essenciais para que o leitor

compreenda corretamente a mensagem que pretendemos transmitir. Além disso é necessário transmitir uma certa confiança e credibilidade ao espectador que, em parte, é conseguida pela colocação e entoação da voz.

Na semana seguinte, de 10 a 14 de dezembro, integrei-me ainda mais na dinâmica da redação, nomeadamente, na produção de conteúdos para o *Jornal das 13h*. Além de elaborar os “*push ups*”, saí novamente em reportagem para fazer a cobertura de assuntos da atualidade. O primeiro assunto a abordar foi a redução de camas nos hospitais proposta pelo governo para reduzir despesas, uma medida que viria a ser conhecida no dia 12 de dezembro. Posto isto, foi necessário recolher uma declaração de Miguel Guimarães, Presidente do Conselho Regional do Norte da Ordem dos Médicos, que manifestou a sua opinião sobre o assunto. Depois de recolher as declarações de Miguel Guimarães, regressei à redação onde elaborei a peça que depois foi emitida no *Jornal das 20h*. Neste dia, notei melhorias no meu desempenho, não só ao nível do contacto com o entrevistado como na construção da reportagem.

O dia 13 de dezembro ficou marcado pela exposição “Comunicar”, na Alfândega do Porto. Este foi o primeiro contacto jornalístico com a cultura. Tratava-se da apresentação à imprensa desta mesma exposição e o meu objetivo era produzir uma peça mais extensa para o programa “Culture Club”. Nesta experiência senti grande dificuldade em lidar com os restantes jornalistas pois, dada a minha inexperiência no mundo do jornalismo televisivo, não consegui lidar com a pressão de captar o entrevistado para mim, de modo a conseguir uma melhor qualidade de imagem e as informações certas para o tipo de reportagem que iria realizar. Tomei então a decisão, juntamente com o operador de câmara que me acompanhou, de falar com uma das representantes em particular enquanto percorríamos de novo os pontos fulcrais da exposição. Neste caso, dado o tipo do programa, o meu interesse era dar a conhecer a exposição aos espectadores, mostrando-lhes um pouco do que lá poderiam encontrar e fornecendo-lhes informações úteis para mais tarde visitarem a exposição. Neste dia foi-me delegado também outro trabalho: a elaboração de uma peça para um *Dossier* sobre a produção de amêndoa nacional. Até ao final da semana, foquei a minha atenção nestes dois temas específicos, uma vez que não se tratavam de assuntos peremptórios para o próprio dia.

A semana de 17 a 21 de dezembro foi passada sobretudo na redação, onde elaborei peças de atualidade, utilizando como fonte os jornais do dia e imagens de arquivo. Saí em reportagem no dia 20 de dezembro para cobrir um evento nos CTT-Correios de

Portugal: o pai natal dos CTT. Dada a época festiva, os CTT desenvolveram mais uma vez a iniciativa pai natal dos CTT, onde todas as crianças enviavam as suas cartas com os seus pedidos para o pai natal (essas cartas recebiam sempre resposta por parte dos CTT). Neste dia, realizava-se a festa de natal das crianças – filhos de funcionários da empresa em causa – que, entre muitas outras atividades, deram o exemplo, para que todas as crianças portuguesas aprendessem o que deviam fazer para a sua carta chegar ao Pai Natal dos CTT. Esta foi, sem dúvida, uma das melhores experiências em reportagem, quer a nível pessoal, quer profissional. Pela primeira vez, consegui encaminhar as entrevistas no mesmo sentido, sendo que, mesmo antes de chegar ao terreno, estruturei a minha reportagem de modo a que quando chegasse ao local não tivesse dúvidas acerca das informações que precisaria recolher.

As duas semanas que se seguiram foram muito calmas, dada a época festiva que se vivia. Deste modo, não houve oportunidade para manter o ritmo de reportagem das semanas anteriores. Contudo, aproveitei para trabalhar a minha voz, gravando *offs* com diferentes jornalistas de forma a perceber os meus erros através das críticas apontadas. Acompanhei também várias equipas em reportagem a fim de perceber algumas técnicas, para depois melhorar o meu desempenho no terreno.

Nos dias 3 e 4 de janeiro voltei ao ritmo frenético de reportagem. Como ainda nos encontrávamos num período festivo, elaborei uma peça relativa à noite de reis, para tentar perceber se, apesar da crise, se “a tradição ainda é o que era”. Nesta peça dirigi-me a uma pastelaria, na Foz do Douro, para aferir, junto dos clientes e do proprietário, até que ponto o bolo-rei continuava a marcar presença na noite de reis. Esta peça foi para o ar no *Jornal Diário* no dia 6 de janeiro, exatamente na noite de reis.

Durante estas duas semanas realizei ainda mais duas reportagens. Uma relativa a um acidente de trabalho, em que um trabalhador da construção civil caiu de um andaime situado a cerca de 4 metros, acabando por falecer. Dirigi-me ao local para tentar perceber as causas do acidente, mas sem sucesso. Acabei, assim, por me dirigir à corporação de bombeiros que socorreu o trabalhador que me explicou que ainda não se tinham apurado as causas concretas do acidente. Esta foi talvez a reportagem mais difícil a nível emocional, devido à minha sensibilidade a este tipo de situações.

A outra reportagem pertencia a um *Dossier* e tinha como objetivo perceber se as Unidades de Saúde Familiares (USF), à semelhança dos Centros de Saúde, tinham falta de médicos. Entrei assim em contacto com o Doutor Bernardo Vilas Boas, que me explicou que as USF atravessavam um bom momento em que não havia falta de

médicos. O verdadeiro problema assentava nas taxas (na sua opinião, abusivas) e no fraco investimento do estado em médicos recém-licenciados.

Na semana seguinte, de 7 a 11 de janeiro, continuei a trabalhar a bom ritmo. No início da semana o meu contributo foi maior na redação, onde elaborei peças da atualidade, utilizando imagens de arquivo, não sendo assim necessário sair em reportagem. No dia seguinte, compus uma peça para o programa *Territórios*: um programa de informação que pretende transmitir as notícias da região norte ao pormenor. Notícias que, regra geral, não têm espaço nos principais blocos informativos do Porto Canal, dado o limite de tempo de cada programa. Nesta peça, em particular, dirigi-me ao Teatro Nacional de São João (TNSJ), onde decorreu a apresentação da programação do teatro para 2013. Mais uma vez marcaram presença no evento diversos meios de comunicação social. Desta vez consegui lidar melhor com a situação, na medida em que o assunto não era de todo redundante. A única questão que se afastou do objetivo principal de conhecer a programação do Teatro foram as questões económicas, nomeadamente a crise sentida no país. Desta forma, tentámos também perceber que tipo de apoios recebeu o TNSJ ou se houve alguns cortes proporcionados pela crise. Contudo, de acordo com a conjectura nacional, este era um assunto pertinente.

O dia 9 de janeiro ficou marcado pelo meu primeiro piquete. Enquanto piquete, a minha função era estar atenta à atualidade, pois a qualquer momento poderia surgir um novo assunto para reportagem ou alguém poderia precisar de alguma declaração importante, e seria eu quem iria recolher as informações no terreno. Durante o meu primeiro piquete recolhi duas reações acerca de um estudo do FMI, que previa cortes drásticos nas despesas do estado, designadamente na saúde e educação. A primeira reação foi na área da saúde, com o Dr. Bernardo Vilas Boas, e a segunda na área da educação, com o Dr. Henrique Borges, representante da FENPROF. Durante o resto do dia continuei o meu contributo na redação, através da realização de rondas e *push ups*. A partir desta semana, o meu nome passou a constar na agenda diária, estando eu integrada na dinâmica da equipa/redação (Anexo 2).

De 14 a 18 de janeiro continuei com o ritmo acelerado da redação. Foi das semanas em que o meu contributo jornalístico foi mais intenso. A semana começou com uma peça acerca dos Globos de Ouro, onde se deram a conhecer os vencedores destes prémios internacionais de cinema. Continuei também a colaborar na realização de *push ups* e de rondas. Apesar de o estágio se dirigir ao jornalismo que é feito no terreno, foi essencial contactar com toda a parte de produção para melhor compreender o que

implica fazer jornalismo. A produção tem um papel fundamental, não só no planeamento e agendamento das atividades, como na organização das informações disponibilizadas ao jornalista antes de sair em reportagem.

No dia 15 de janeiro realizei, mais uma vez, trabalhos na redação, elaborando uma peça acerca de um estudo da *Zurich*, para o *Jornal das 13h*. De seguida voltei a acompanhar duas equipas de jornalistas em reportagem para melhorar o meu desempenho.

Já no dia 16 de janeiro voltei a dar destaque a um tema internacional, refiro-me à queda de um helicóptero em Londres. Construí também um *OFF2*, ou seja, uma sequência de imagens que servem para ilustrar o texto dito pelo pivô, em direto no jornal.

O final da semana ficou marcado pela cobertura de eventos de cariz social, nomeadamente dois protestos: um na antiga fábrica de cerâmica de Valadares e outro num plenário de trabalhadores das Águas do Porto. Utilizei também, pela primeira vez, grafismos numa peça relativa à reindustrialização do país. Todos os grafismos utilizados pelos jornalistas da redação do Porto Canal são feitos por uma profissional e obedecem a um estilo próprio criado para o canal. Só em casos excecionais é que é o próprio jornalista a fazer o seu próprio grafismo, como frases animadas, com a ajuda de uma funcionalidade específica do *Final Cut Pro*.

A semana seguinte, de 21 a 25 de janeiro, começou por um maior contributo na redação, nomeadamente na realização de três *off2*. No dia 22 visitei uma vacaria do norte que foi severamente atingida pelo temporal do fim-de-semana anterior que assolou o país. Este foi um assunto abordado numa peça que foi para o ar no *Jornal Diário*. No dia seguinte foi a vez de acompanhar uma conferência de imprensa no Museu de Serralves, onde Suzanne Cotter apresentou a nova programação do museu para 2013. A conferência contou com a presença de vários meios de comunicação nacionais e a peça realizada foi para o ar no *Jornal Diário*. Note-se que as declarações de Suzanne Cotter estavam em inglês, pelo que foi necessário traduzi-las e legendar a peça. Foi a minha primeira experiência com as legendas e com a tradução.

No dia 24 de janeiro dirigi-me ao Espaço 10-11 para visitar uma exposição inovadora de Helder Sousa. Tratava-se de um espaço inovador que pouco se vê pela cidade, que apostava em novos artistas para lá exibirem as suas obras. Helder Sousa foi um dos que expôs a sua arte neste espaço, onde arquitetura e arte andam de mãos dadas. Esta foi a segunda peça elaborada para o programa “Culture Club”, que viria a

terminar na semana seguinte. De seguida fiz um pequeno *Vox Pop* sobre a taxa de natalidade em Portugal para o programa de entretenimento “Porto Alive”. Pretendia-se saber se os portugueses tinham conhecimento de que Portugal é um dos países da Europa com uma mais baixa taxa de natalidade e se sabiam os riscos que isso poderia trazer para a economia portuguesa. Os grandes cuidados a ter neste tipo de trabalho, além de cativar e tranquilizar as pessoas para responderem às nossas questões, são a posição do microfone (para evitar que no momento em que fazemos as perguntas a nossa mão apareça em destaque na imagem), fazer sempre as mesmas questões independentemente das respostas obtidas e identificar sempre os entrevistados, ainda que, mais tarde, essa identificação possa não ser utilizada. No dia 25 de janeiro fiquei novamente a colaborar na redação, realizando uma peça sobre a reestruturação da RTP, recorrendo aos jornais e a imagens de arquivo.

Na semana de 28 de janeiro a 1 de fevereiro a maioria das peças realizadas abordou assuntos ligados à economia, designadamente às estratégias de pagamento de propinas no ensino privado, ao crescente número de penhoras e aos custos da justiça cada vez maiores. Na semana seguinte foi-me delegada, pela primeira vez, a função de redatora. Enquanto redatora era eu que elaborava as peças do dia que dispensavam uma saída em reportagem. Dada a época festiva, no final da semana realizei várias peças alusivas ao Carnaval. Além de acompanhar o desfile das escolas do concelho de Matosinhos, fiz também um levantamento do número de autarquias do país que iriam conceder tolerância de ponto na terça-feira de carnaval, ainda que o estado não tenha considerado feriado nesse dia. Realizei também uma pequena comparação dos gastos inerentes aos principais desfiles de Carnaval do Norte, concluindo qual o Carnaval com custos mais e menos elevados do ano.

Na semana de 11 a 15 de fevereiro, a última semana de estágio, realizei três peças, que considereei serem das melhores de todo o estágio. A primeira estava relacionada com uma pequena manifestação em frente às instalações do banco BPI, no centro do Porto, em plena Avenida dos Aliados (tratava-se de manifestação contra as declarações de Ulrich, proferidas cerca de um mês antes do protesto). Foi uma experiência inesquecível, pois para conseguir elaborar a peça foi preciso esmiuçar muito bem os cinco minutos de protesto audível em frente ao referido banco. Já na redação, o trabalho de edição foi crucial para conseguir passar a mensagem de indignação que aquele pequeno grupo de anónimos pretendiam transmitir.

A segunda, e penúltima, reportagem foi sobre os vinte anos do telemóvel. Na reportagem abordei alguns aspetos históricos relativos a este meio de comunicação, recorrendo aos primeiros anúncios publicitários do telemóvel. Realizei também um pequeno *vox pop*, junto da população, para perceber se ainda se lembrava de como eram os primeiros telemóveis e se, atualmente, conseguiam sair de casa sem levar o telemóvel. Aliando as declarações, ao texto/off e às imagens recolhidas no terreno e online, consegui, de forma criativa, descrever a evolução deste aparelho inovador e a crescente importância que foi adquirindo no quotidiano dos portugueses.

A última reportagem teve como mote o dia dos namorados. Nesta peça fui tentar perceber como era o amor em tempos de guerra. Para tal entrevistei Abel Fortuna, um ex-combatente da guerra do ultramar, que apesar de ter regressado da guerra sem mãos e cego foi recebido com muito amor pela sua esposa. As cartas trocadas com a sua carmetade, em tempos de guerra, foram todas guardadas e após o trágico acidente de que Abel Fortuna foi vítima a sua esposa nunca o abandonou. Uma história de amor e de coragem que me marcou bastante. Foi, sem dúvida, a melhor conversa de todo o estágio. Uma entrevista tocante que me inspirou a fazer uma reportagem ligada às emoções.

Todas as experiências vividas durante estes três meses revelaram-se proveitosas e gratificantes, tanto a nível pessoal como profissional. Foi possível compreender, e sentir na pele, as dificuldades que todos os dias põem o jornalista à prova. Talvez por se tratar de um meio de comunicação de pequena dimensão, foi possível vivenciar uma integração plena na dinâmica da redação de informação do Porto Canal. A proximidade é sentida não só na relação entre jornalistas e público, mas também na relação entre os vários elementos que constituem a equipa do Porto Canal.

CONCLUSÃO

Ao longo de todo o processo de realização do estágio foi possível compreender a dinâmica de uma redação televisiva, facto que muito contribuiu para o entendimento do papel do jornalista no jornalismo televisivo de índole regional. Como já foi referido anteriormente, desempenhar funções num meio de comunicação social de menor dimensão, ao contrário do que possa parecer, não é tarefa fácil. Dada a falta de recursos, muitas vezes associada aos meios de comunicação social locais e regionais, o jornalista vê-se obrigado a desempenhar um conjunto de funções que, numa situação ideal, seriam repartidas por vários profissionais. Deste modo, todo o trabalho realizado serviu para apurar várias técnicas de escrita, de voz e de edição e montagem de reportagens televisivas. A experiência revelou-se muito produtiva e despertou o interesse para o tema do estudo desenvolvido neste relatório. As fragilidades do jornalismo regional, neste caso, parecem não comprometer a informação produzida, embora o trabalho do jornalista não esteja de todo facilitado.

Após se constatar que a informação do Porto Canal privilegiava as notícias relativas à região norte, tornou-se fulcral compreender se o início da gestão do FC Porto, em agosto de 2011, poderia comprometer estes critérios de seleção. Os resultados foram claros e apontaram para números algo previsíveis, dada a conjuntura vivida, na altura, no Porto Canal. De facto, o FC Porto não mereceu um maior destaque no *Jornal Diário*, o principal bloco informativo do canal. Pelo contrário, a importância dada ao FC Porto decresceu neste bloco informativo. No entanto, o clube passou a ser um assunto destacado em programas próprios, como o *45 Minutos à Porto*, emitido logo a seguir ao *Jornal Diário*.

O Porto Canal não passou a ser um canal desportivo (como aliás é considerado nas grelhas de programação de algumas operadoras, como a MEO), passou sim a ser o detentor de notícias exclusivas relativas ao FC Porto, como a apresentação de novos jogadores ou a transmissão de alguns jogos das várias modalidades do clube. Além disso, a sua programação foi alterada, de forma a destacar o clube em programas específicos, para não comprometer os critérios de seleção jornalísticos. Foram vários os programas dedicados exclusivamente ao clube, na sua maioria relativos ao futebol, modalidade com mais destaque.

A proximidade continua a marcar presença na informação do Porto Canal. A criação de novas delegações, espalhadas um pouco por toda a região norte, é um

exemplo claro da vontade do Porto Canal em estar cada vez mais próximo do seu público-alvo. Embora a questão da proximidade geográfica, por si só, não lhe confira um estatuto de televisão de proximidade, torna-se essencial para permitir uma cobertura jornalística descentralizada da sede do Porto Canal.

Podemos assim concluir que o Porto Canal continua a apostar numa informação de proximidade, potenciada pelo alargamento do seu *campus* de cobertura *in loco*. Além desse alargamento, na redação cultiva-se uma informação clara e precisa, dando privilégio aos assuntos locais e regionais, mas sem nunca descurar os acontecimentos de outras áreas temáticas. Apesar de ter um vínculo forte de exclusividade com o FC Porto, o Porto Canal mantém a sua orientação editorial voltada para uma informação de proximidade. Contudo, esta exclusividade é explorada a outros níveis em programas especificamente criados para o efeito. Desta forma, o Porto Canal tem vindo a tirar um proveito cada vez melhor, não só das relações de proximidade estabelecidas com a comunidade regional e local, como da mais recente ligação exclusiva ao FC Porto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIAHY, Ana Carolina de Araújo (2005) – *O jornalismo especializado na sociedade da informação*, Universidade Federal da Paraíba

ALDRIDGE, Meryl (2007) – *Understanding the Local Media*. Open University Press. ISBN 978-0-33-522172-1

ALVARADO, María del Mar Ramírez (2007) - La importancia de la televisión como espacio para la construcción de la sociedad: el caso de la radio y televisión de Andalucía, España. Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla – España. *Global Media Journal México*, vol. 4, n. 8, pp. 80-95.

BRANDÃO, Nuno Goulart (2010) – *As notícias nos telejornais: que serviço público para o século XXI*. Guerra e Paz Editores. ISBN 978-989-8174-59-8

CAMPONEZ, Carlos (2002) – *Jornalismo de Proximidade*. Edições Minerva Coimbra. ISBN 972-798-048-1

CÁDIMA, Francisco rui (2000) - *Os media regionais face à tv local in Os media nas regiões*. Revista do Obercom – observatório da Comunicação. Registo ICS 123483/00.

COELHO, Pedro (2005) – *A TV de Proximidade e os Novos Desafios do Espaço Público*. Coleção Media e Jornalismo. Livros Horizonte. ISBN 972-24-1405-4

CORREIA, João Carlos (1998) – *Jornalismo e Espaço Público*. Universidade da Beira Interior. ISBN 972-9209-59-6.

CRUZ, Zulima Iglesias (2005) - *La calidad de la programación de los noticiarios de producción propia en las emisoras locales de Castilla y León*. Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación, Nº 25, 2, 2005. ISSN 1134-3478

DIAS, Jaime Dagoberto Almeida (2012) – *Relatório de estágio realizado no Porto Canal: A orientação editorial no jornalismo de proximidade*. Relatório de Estágio do Mestrado em Ciências da Comunicação. Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

Dicionário da Língua Portuguesa (2010). Porto Editora. ISBN 978-972-0-01488-7

FERNANDES, Marta Filipa Mendes (2011) – *A Dicotomia do jornalismo desportivo em Portugal: futebol versus modalidades*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação. Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

FIDALGO, Joaquim (2006) – *O lugar da ética e da auto-regulação na identidade profissional dos Jornalistas*, Universidade do Minho

- FRANKLIN**, Bob (2006) – *Attacking the Devil? Local journalists and local newspapers in the UK*. In *Local Journalism and Local Media*. Routledge, Reino Unido. ISBN 0-415-37954-7
- GANNAM**, Paulo Daniel Gonçalves (2007) - “*Vanguarda TV 1ª Edição*”: *uma leitura crítica do telejornalismo regional*. Acervo On-line de Mídia Regional, ano 11, vol. 6, n. 6, p.35-46.
- GARCÍA**, Xosé López (2004) – *Desafíos de la Comunicación Local: Guía para la práctica de la información en los ámbitos de proximidad*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Sevilla. ISBN 84-96082-13-X.
- HARRISON**, Shirley (2006) – *Local government public relations and the local press*. In *Local Journalism and Local Media*. Routledge, Reino Unido. ISBN 0-415-37954-7
- KANISS**, Phyllis (1991) – *Making Local news*. The University of Chicago Press. ISBN 0-226-42347-6
- KOVACH**, Bill, **ROSENSTIEL**, Tom (2004) – *Os Elementos do Jornalismo*. Coleção Comunicação, Porto Editora. ISBN 978-972-0-45257-3
- KUCINSKI**, Bernardo (2004) – *Jornalismo na Era Virtual*, São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo & Editora Unesp – BOOK REVIEW por Rogério Christofolletti
- LABELLA**, Luis Izquierdo (2010) – *Manual de periodismo local*. Editorial Fragua, Madrid. ISBN 978-84-7074-351-1
- LEI N.º 2/99 DE 13 DE JANEIRO** - *Aprova a Lei de Imprensa*. DIÁRIO DA REPÚBLICA.
- LEI N.º 27/2007 DE 30 DE JULHO** – *Aprova a Lei da Televisão, que regula o acesso à actividade de televisão e o seu exercício*. Diário da república
- LIMA**, Helena (2008) - *Os Diários Portuenses e os Desafios da Actualidade na Imprensa: Tradição e rupturas*. Dissertação de Doutoramento em História. Universidade do Porto.
- LIMA**, Helena & **REIS**, Ana Isabel (2012) – *TVI and SIC news websites: public participation and editorial criteria*. Revista Observatório (OBS), vol.6, N.º 2, p.177-200. Lisboa. ISSN: 1646-5954. Consultado em <http://hdl.handle.net/10216/64768> a 29 de maio de 2013.
- LOPES**, Felisbela & **PEREIRA**, Sara (2006) - *A TV do Futebol*. Coleção: Comunicação e Sociedade. CAMPO DAS LETRAS – Editores S.A. ISBN 972-610-827-6

- LOPES**, Felisbela (2008) – *A TV do real – A televisão e o espaço público*. Minerva Coimbra. ISBN 978-972-798-233-2
- LOPES**, Rita (2004) – *O poder dos Media na sociedade contemporânea*. Revista AgoraNet nº4. Consultado em <http://www.labcom.ubi.pt/files/agoranet/04/lopes-rita-media-e-poder.pdf> a 27 de maio de 2013
- MARTINS**, Hugo Miguel Lopes (2008) – *Imprensa Desportiva: uma análise comparativa entre Portugal, Espanha e Itália*. Tese de Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação pelo ISCTE. Lisboa. Consultado em <http://hdl.handle.net/10071/991> a 28 de maio de 2013.
- MÁRQUEZ**, Gabriel García (2005) – *Memória das minhas putas tristes*. Edições Dom Quixote. ISBN 978-972-202-802-8
- MOHEDANO**, Félix Ortega (2009) - *La televisión de proximidad en España. Procesos concesionales, análisis de la población y PIB*. RLCS, Revista Latina de Comunicación Social, 64, páginas 385 a 601. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna.
- MORENO**, José A. N. (1999) – *Televisión Local – Andalucía: la nueva comunicación*. Editorial Fragua. ISBN 84-7074-112-8
- NOVAIS**, Rui Alexandre (2011) - *A Representação do Futebol na Imprensa*. Porto, Media XXI.
- PERUZZO**, C. (2005) - *Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências*. **Comunicação & Sociedade**, Brasil, v. 1, n. 38, 2005. Disponível em http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/cs_umesp/article/view/196/154 Consultado em 12 de maio de 2013.
- PIQUER**, M. Santiago Gimeno (2008) - *Un modelo de programación local como valor diferenciador de la competencia*. In *La Televisión Local Ante La Era Digital*. Publicacions de la Universitat Jaume. ISBN 978-84-8021-692-0
- QUINTAS**, Sindo Froufe (1996) - *Los usos sociales de la TV: hacia una televisión local*. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, Nº 6, págs. 73-79, 1996. ISSN 1134-3478
- SANZ**, Patricia Picazo (2005) - *La televisión local de proximidad: redes horizontales*. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, Nº 25, 2, 2005. ISSN 1134-3478
- SANTOS**, Cristiana Ávila (2012) – *Jornalismo Desportivo: A notícia em Televisão e as Fontes de Informação dos Jornalistas*. Relatório de estágio na TVI para o mestrado de Jornalismo. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa

SILVEIRA, Nathália Ely da (2009) – *Jornalismo Esportivo: conceitos e práticas*. Monografia apresentada como requisito para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo. Faculdade de Biblioteconomia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

SOUSA, Jorge Pedro (2002) - *Comunicação regional e local na Europa Ocidental*. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-comunicacao-regional-na-europa-ocidental.pdf> Consultado em 27 de maio de 2013.

SUSANNE, Fengler, **STEPHAN**, Ruß-Mohl (2008), *Journalists and the information-attention markets : Towards an economic theory of journalism*, Journalism, December 2008; vol. 9, 6: pp. 667-690, Sage Publications

VÁZQUEZ, Ana Isabel Rodríguez (2006) - *A televisión local en Galicia ante a dixitalización: transformacións e redefinición do modelo televisivo de proximidade*. In Anuário Internacional de Comunicação Lusófona.

Recursos eletrónicos

Jornal de Notícias:

Porto Canal renova instalações (2008, 6 de novembro): http://www.jn.pt/PaginaInicial/Media/interior.aspx?content_id=1040477 Consultado em 11 de março de 2013

Media: Porto Canal vai apostar cada vez mais na informação de proximidade – Juan Figueiroa (2009, 18 de setembro): http://www.jn.pt/paginainicial/interior.aspx?content_id=1365816 Consultado em 11 de março de 2013

Media/Porto Canal: Telejornais ao fim de semana, mais diretos e tertúlia sobre a regionalização na nova grelha (2010, 19 de março): http://www.jn.pt/paginainicial/interior.aspx?content_id=1523098 Consultado em 11 de março de 2013

Porto Canal abre novas delegações no Norte (2010, 30 de junho): http://www.jn.pt/PaginaInicial/Media/interior.aspx?content_id=1607141 Consultado em 11 de março de 2013

Romarias Nortinhas no Porto Canal (2010, 8 de agosto): http://www.jn.pt/PaginaInicial/Media/interior.aspx?content_id=1636387 Consultado em 11 de março de 2013

Televisão: Porto Canal quer ter delegações em toda a região Norte (2010, 27 de setembro):

http://www.jn.pt/paginainicial/interior.aspx?content_id=1673266 Consultado em 11 de março de 2013

Porto Canal emite há quatro anos (2010, 29 de setembro):
http://www.jn.pt/PaginaInicial/Media/interior.aspx?content_id=1673366 Consultado em 11 de março de 2013

Porto Canal abrirá mais três delegações (2010, 17 de novembro):
http://www.jn.pt/PaginaInicial/Media/interior.aspx?content_id=1712988 Consultado em 11 de março de 2013

Porto Canal vai passar a ser Canal do Norte (2011, 2 de fevereiro):
http://www.jn.pt/PaginaInicial/Media/interior.aspx?content_id=1772708 Consultado em 11 de março de 2013

Notoriedade do Porto Canal valorizada em estudo do IPOM (2011, 9 de fevereiro):
http://www.jn.pt/PaginaInicial/Media/interior.aspx?content_id=1779808 Consultado em 11 de março de 2013

Televisão: “Share” do Porto Canal baixou para 0,4% em janeiro – Marktest (2011, 16 de fevereiro):
http://www.jn.pt/paginainicial/interior.aspx?content_id=1785331 Consultado em 11 de março de 2013

F.C. Porto pode assumir posição estratégica no Porto Canal (2011, 4 de março):
http://www.jn.pt/PaginaInicial/Media/interior.aspx?content_id=1798601 Consultado em 11 de março de 2013

Rui Cerqueira é o diretor do Porto Canal (2011, 28 de maio):
http://www.jn.pt/PaginaInicial/Media/interior.aspx?content_id=1863883 Consultado em 11 de março de 2013

Media: Domingos de Andrade é o novo diretor de Informação e Programação do Porto Canal (2011, 12 de julho):
http://www.jn.pt/paginainicial/interior.aspx?content_id=1905471 Consultado em 11 de março de 2013

Media: Porto Canal começa era sob gestão do FC Porto com dois novos programas na segunda-feira (2011, 29 de julho):

http://www.jn.pt/paginainicial/interior.aspx?content_id=1939463 Consultado em 11 de março de 2013

Pinto da Costa no primeiro dia do Porto Canal (2011, 30 de julho):
http://www.jn.pt/PaginaInicial/Media/interior.aspx?content_id=1938020 Consultado em 11 de março de 2013

Pinto da Costa apresenta Júlio Magalhães no Porto Canal (2012, 10 de janeiro):
http://www.jn.pt/PaginaInicial/Sociedade/interior.aspx?content_id=2232451 Consultado em 11 de março de 2013.

APÊNDICES

Apêndice 1

Tabelas de Análise Diária Detalhada

Resultados Julho 2011

DIAS/Editorias	Pol.	Soc.	Just.	Econ.	Nac.	Int.	Saúde	Local	Cult.	Rel.	Desp.	Educ.	FCP	Outros
1	1	0	0	0	1	0	0	8	0	0	4	0	1	0
2	1	0	1	0	0	0	0	8	4	0	4	0	1	0
3	1	0	0	0	0	0	0	5	2	0	5	1	1	0
4	0	1	0	0	0	0	0	7	0	0	2	1	1	0
5	1	0	0	4	0	0	0	5	0	0	1	0	2	0
6	0	0	0	1	0	0	0	7	0	0	4	0	1	0
7	0	1	0	4	0	0	0	7	0	0	1	0	1	0
8	0	0	0	4	0	0	0	7	0	0	2	0	2	1
9	3	0	0	1	0	0	0	5	2	0	3	0	1	0
10	0	1	0	2	0	0	0	8	0	1	2	0	1	0
11	3	1	0	1	1	0	1	4	0	0	1	0	1	0
12	0	0	0	3	0	0	0	4	1	0	1	0	1	0
13	1	0	2	1	0	0	0	4	0	0	3	1	2	0
14	3	0	0	2	2	0	0	5	2	0	2	0	1	0
15	2	0	2	2	0	0	0	5	0	0	2	1	1	0
Total	16	4	5	25	4	0	1	89	11	1	37	4	18	1

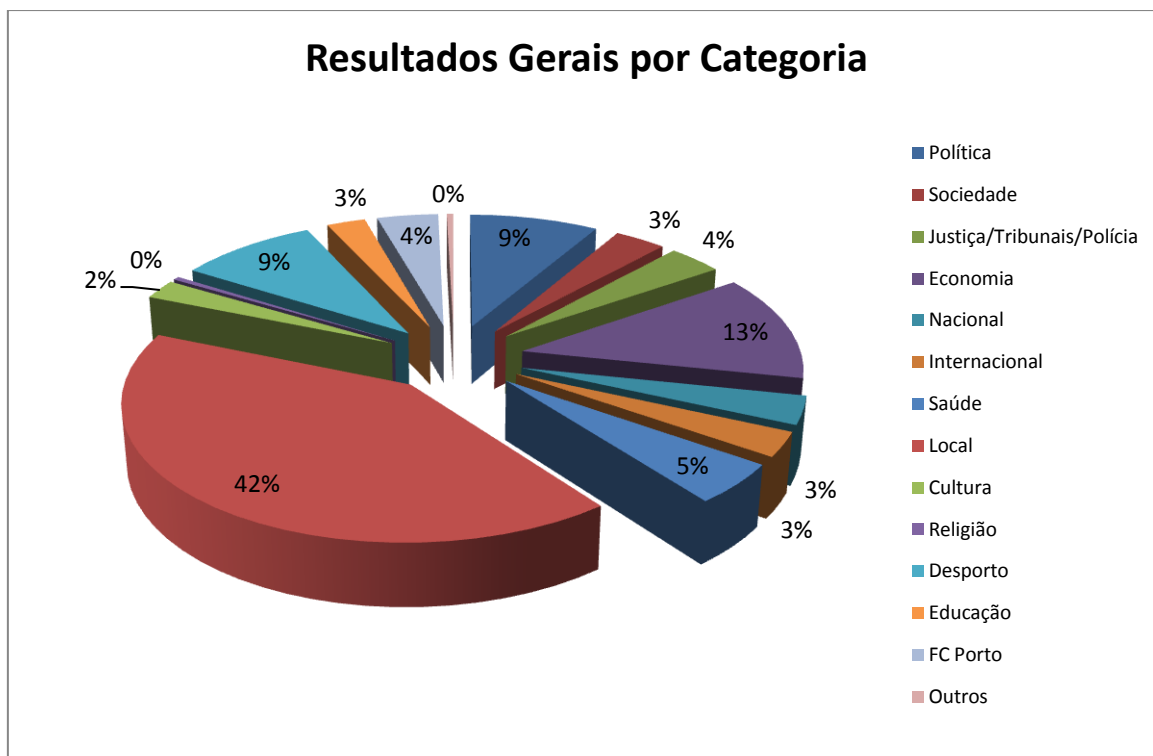
Resultados Julho 2012

DIAS/Editorias	Pol.	Soc.	Just.	Econ.	Nac.	Int.	Saúde	Local	Cult.	Rel.	Disp.	Educ.	FCP	Outros
1	2	2	0	5	0	1	0	5	0	0	0	0	0	0
2	0	1	0	4	0	1	1	11	0	0	0	0	0	0
3	2	0	1	1	0	1	2	11	0	0	0	1	0	0
4	2	2	2	1	1	1	0	11	0	0	0	0	0	0
5	1	1	0	3	1	1	4	3	0	0	3	0	0	0
6	4	0	1	4	1	1	1	5	0	0	1	1	0	0
7	3	0	0	1	0	0	1	5	0	0	1	0	0	0
8	2	0	1	3	0	1	2	6	0	1	1	0	0	1
9	1	0	0	2	1	1	1	8	0	0	0	1	1	0
10	3	0	0	5	0	1	2	5	0	0	0	1	0	0
11	2	1	1	0	2	1	3	6	0	0	0	0	0	0
12	0	0	3	0	1	1	1	9	0	0	0	3	0	0
13	1	1	3	0	2	1	2	8	0	0	0	0	0	0
14	0	2	0	3	3	1	2	6	0	0	0	0	0	0
15	1	2	0	3	0	1	0	8	0	0	0	1	0	0
Total	24	12	12	35	12	14	22	107	0	1	6	8	1	1

Apêndice 2

Resultados Gerais por Categoria em Percentagem

Gráfico 5



ANEXOS

Anexo 1

Grelhas de Programação do Porto Canal

Neste anexo são disponibilizadas as grelhas de programação do Porto Canal, que considero cruciais para o entendimento das conclusões obtidas. Regra geral, os responsáveis pela programação do Porto Canal organizam a informação em três grelhas distintas: uma para uso próprio da responsável, que possui um código de cores por cada temática de programa, com o objetivo de ajudar a perceber melhor a distribuição de conteúdos (esta distinção não será totalmente percebida no documento anexado, uma vez que este foi apenas disponibilizado em formato papel e a preto e branco); outra destinada à ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social, que é enviada diariamente para que se possa garantir se o Porto Canal segue ou não o alinhamento proposto e assim evitar problemas de âmbito legal; e outra destinada aos diferentes meios de comunicação social, com destaque para os jornais e revistas, que tem como objetivo dar a conhecer ao público em geral os destaques da semana, através da publicação destes conteúdos em espaços dos jornais e das revistas reservados para o efeito.

Foram ainda escolhidos três períodos-chave para retratar melhor a evolução registada. O primeiro corresponde ao mês de julho de 2011, altura em que o FC Porto ainda não participava da gestão do Porto Canal. O segundo é referente ao mês de janeiro de 2012 e justifica-se pela chegada de Júlio Magalhães ao Porto Canal enquanto Diretor Geral. O terceiro e último diz respeito ao mês Novembro, altura em que o porto canal alcançou alguma estabilidade ao nível da programação. De salientar que de agosto de 2011 até sensivelmente setembro/outubro de 2012, a programação do Porto Canal atravessou períodos de grande instabilidade promovidos pela adaptação à gestão do FC Porto.

Grelhas de programação julho 2011

Grelha Porto Canal

GRELHA PORTO CANAL- JULHO 2011									
2ª FEIRA -18-07		3ª FEIRA 19-07		4ª FEIRA 20-07		5ª FEIRA 21-07		6ª FEIRA 22-07	
7,30	TRÁNSITO	7,30	TRÁNSITO	7,30	TRÁNSITO	7,30	TRÁNSITO	7,30	TRÁNSITO
8,00		8,00		8,00		8,00		8,00	
8,30	PORTO ALIVE!	8,30	PORTO ALIVE!	8,30	PORTO ALIVE!	8,30	PORTO ALIVE!	8,30	PORTO ALIVE!
10,00	CONSULTÓRIO	10,00	CONSULTÓRIO	10,00	CONSULTÓRIO	10,00	CONSULTÓRIO	10,00	CONSULTÓRIO
11,30	LA VIE EN ROSE	11,30	LA VIE EN ROSE	11,30	LA VIE EN ROSE	11,30	LA VIE EN ROSE	11,30	LA VIE EN ROSE
12,30	CLUBE DE COZINHEIROS	12,30	CLUBE DE COZINHEIROS	12,30	CLUBE DE COZINHEIROS	12,30	CLUBE DE COZINHEIROS	12,30	CLUBE DE COZINHEIROS
13,00	CONVERSA COM RICARDO COLUCCI	13,00		13,00		13,00	BOLHARIAS	13,00	DOMÍNIO PÚBLICO
14,30	MUNDO INTERIOR	14,30		14,00	QUEM TE VIU E QUEM TE VÊ	14,00	AQUÁRIO	14,00	CAMINHOS DA HISTÓRIA
15,00	CINEMA BATALHA	15,00	SOZINHA NA CIDADE	14,30	CULTURE CLUB	15,00	ASPECTIVO	14,30	DESTINO NORTE
15,30		16,00		15,00	MOBILIÁRIO EM NOTÍCIA	15,30	SEM PERDER O NORTE	15,30	PONTOS CARDEAIS
16,00		16,30	CLUBE DE COZINHEIROS	15,30	CINEMA BATALHA	16,00		16,00	
16,30	CLUBE DE COZINHEIROS	17,00	LA VIE EN ROSE	16,00		16,30	CLUBE DE COZINHEIROS	16,30	CLUBE DE COZINHEIROS
17,00	LA VIE EN ROSE	18,00	CONSULTÓRIO	16,30	CLUBE DE COZINHEIROS	17,00	LA VIE EN ROSE	17,00	LA VIE EN ROSE
18,00	CONSULTÓRIO	19,30	PORTO ALIVE!	17,00	LA VIE EN ROSE	18,00	CONSULTÓRIO	18,00	CONSULTÓRIO
19,30	PORTO ALIVE!	21,00	TELEDIÁRIO	18,00	CONSULTÓRIO	19,30	PORTO ALIVE!	19,30	PORTO ALIVE!
21,00	TELEDIÁRIO	21,30	QUEM TE VIU E QUEM TE VÊ	19,30	PORTO ALIVE!	21,00	TELEDIÁRIO	21,00	TELEDIÁRIO
21,30	ESPECIAL INFORMAÇÃO	22,00	SERÁ ASSIM TÃO DIFÍCIL ?	21,00	TELEDIÁRIO	21,30	CAMINHOS DA HISTÓRIA	21,30	MUNDO INTERIOR
22,00	ESPECIAL DEBATE	23,00		21,30	SEM PERDER O NORTE	22,00	DOMÍNIO PÚBLICO	22,00	DESTINO NORTE
23,30	O DIA EM ANÁLISE	23,30	O DIA EM ANÁLISE	22,00	BOLHARIAS	23,00		23,00	CINEMA BATALHA
0,30	NET DIÁRIO	0,30	NET DIÁRIO	23,00	CULTURE CLUB	23,30	O DIA EM ANÁLISE	23,30	O DIA EM ANÁLISE
2,00		2,00		23,30	O DIA EM ANÁLISE	0,30	NET DIÁRIO	0,30	SEXUALIDADES, AFECTOS E MÁSCARAS
3,30		3,00	QUEM TE VIU E QUEM TE VÊ	0,30	NET DIÁRIO	2,00	DOMÍNIO PÚBLICO	1,30	AQUÁRIO
4,00	LA VIE EN ROSE	3,30		2,00	BOLHARIAS	3,00	CAMINHOS DA HISTÓRIA	2,30	RADIOACTIVO
5,00	NET DIÁRIO	4,00	LA VIE EN ROSE	3,00	SEM PERDER O NORTE	3,30		3,00	MUNDO INTERIOR
6,30		5,00	NET DIÁRIO	3,30		4,00	LA VIE EN ROSE	3,30	CINEMA BATALHA
		6,30		4,00	LA VIE EN ROSE	5,00	NET DIÁRIO	4,00	LA VIE EN ROSE
				5,00	NET DIÁRIO	6,30		5,00	SEXUALIDADES, AFECTOS E MÁSCARAS
				6,30				6,00	

Porto Canal

20110721

Programa	Sub- Título	Hora	Classif. Etária
TRANSITO EM DIRECTO		7:30	Todos
TERRITÓRIOS		8:00	Todos
PORTO ALIVE		8:30	Todos
CONSULTÓRIO		10:00	Todos
LA VIE EN ROSE		11:30	Todos
CLUBE DOS COZINHEIROS		12:30	Todos
BOLHARIAS		13:00	Maiores de 06
AQUÁRIO		14:00	Todos
RADIOATIVO		15:00	Todos
SEM PERDER O NORTE		15:30	Todos
TERRITÓRIOS		16:00	Todos
CLUBE DOS COZINHEIROS		16:30	Todos
LA VIE EN ROSE		17:00	Todos
CONSULTÓRIO		18:00	Todos
PORTO ALIVE		19:30	Todos
TELEDIÁRIO SINTESE		19:55	Informação
PORTO ALIVE		20:00	Todos
TELEDIÁRIO		20:58	Informação
CAMINHOS DA HISTÓRIA		21:30	Todos
DOMINIO PÚBLICO		22:00	Todos
ELEIÇÕES PARTIDO SOCIALISTA	Entrevista Francisco Assis	23:00	Todos
ELEIÇÕES PARTIDO SOCIALISTA	Entrevista A. J.Seguro	23:30	Todos
O DIA EM ANÁLISE		0:00	Informação
NET DIÁRIO		0:30	Todos
DOMINIO PÚBLICO		2:00	Todos
CAMINHOS DA HISTÓRIA		3:00	Todos
TERRITÓRIOS		3:30	Todos
LA VIE EN ROSE		4:00	Todos
NET DIÁRIO		5:00	Todos
O DIA EM ANÁLISE		6:30	Informação

Grelhas de programação janeiro 2012

Grelha Porto Canal

GRELHA PORTO CANAL JANEIRO 2012										
2ª FEIRA - 16-01		3ª FEIRA 17-01			4ª FEIRA 18-01		5ª FEIRA 19-01		6ª FEIRA 20-01	
7,00	TRÁNSITO	7,00	TRÁNSITO	7,00	TRÁNSITO	7,00	TRÁNSITO	7,00	TRÁNSITO	
8,00	JORNAL DO NORTE	8,00	JORNAL DO NORTE	8,00	JORNAL DO NORTE	8,00	JORNAL DO NORTE	8,00	JORNAL DO NORTE	
8,45	FLASH PORTO	8,45	FLASH PORTO	8,45	FLASH PORTO	8,45	FLASH PORTO	8,45	FLASH PORTO	
9,00	CONSULTÓRIO	9,00	CONSULTÓRIO	9,00	CONSULTÓRIO	9,00	CONSULTÓRIO	9,00	CONSULTÓRIO	
10,00	PORTO ALIVE!	10,00	PORTO ALIVE!	10,00	PORTO ALIVE!	10,00	PORTO ALIVE!	10,00	PORTO ALIVE!	
11,30	COMPACTO FLASH PORTO	11,30	VIZINHOS	11,30	VIZINHOS	10,45	TRIBUNA LIVRE	11,30	VIZINHOS	
12,00	CLUBE DE COZINHEIROS	12,00	CLUBE DE COZINHEIROS	12,00	CLUBE DE COZINHEIROS	11,00	VIZINHOS	12,00	CLUBE DE COZINHEIROS	
12,30	TERRITÓRIOS	12,30	PONTOS CARDEAIS	12,30	NOVO NORTE -REPORTAGEM	11,30	AZUL E BRANCO -REPORTAGEM	12,30	SEM PERDER O NORTE	
13,30	NOVO NORTE	13,00	ESPECIAL FCP-CONF IMP	13,00	DOMINIO PÚBLICO	12,00	CLUBE DE COZINHEIROS	13,00	ESPECIAL FCP-CONF IMP	
14,30	CINEMA BATALHA	13,30	SOMOS PORTO	14,00	SEM PERDER O NORTE	12,30	TERRA	13,30	TESTEMUNHO DIRECTO	
15,00	CONFERÊNCIA COM REARDO GUILHERME	14,30	ESPECIAL FCP-FUTEBOL	14,30	TESTEMUNHO DIRECTO	13,00	CAMINHOS DA HISTORIA	14,30	NOVO NORTE	
16,30	CLUBE DE COZINHEIROS	16,30	CLUBE DE COZINHEIROS	15,30	RADIOATIVO	13,30	DESTINO NORTE	15,30	TERRA	
17,00	NET DIÁRIO	17,00	NET DIÁRIO	16,00	CINEMA BATALHA	14,30	CULTURE CLUB	16,00	VIZINHOS	
18,00	CONSULTÓRIO	18,00	CONSULTÓRIO	16,30	CLUBE DE COZINHEIROS	15,00	CINEMA BATALHA	16,30	CLUBE DE COZINHEIROS	
19,00	NOTÍCIAS ÀS 19	19,00	NOTÍCIAS ÀS 19	17,00	NET DIÁRIO	15,30	BOLHAO ROUGE	17,00	NET DIÁRIO	
19,10	FLASH PORTO -SINTESE	19,10	FLASH PORTO -SINTESE	18,00	CONSULTÓRIO	16,30	CLUBE DE COZINHEIROS	18,00	CONSULTÓRIO	
19,15	PORTO ALIVE!	19,15	PORTO ALIVE!	19,00	NOTÍCIAS ÀS 19	17,00	NET DIÁRIO	19,00	NOTÍCIAS ÀS 19	
20,00	NOTÍCIAS ÀS 20	20,00	NOTÍCIAS ÀS 20	19,10	FLASH PORTO -SINTESE	18,00	CONSULTÓRIO	19,10	FLASH PORTO -SINTESE	
20,10	FLASH PORTO -SINTESE	20,10	FLASH PORTO -SINTESE	19,15	PORTO ALIVE!	19,00	NOTÍCIAS ÀS 19	19,15	PORTO ALIVE!	
20,15	PORTO ALIVE!	20,15	PORTO ALIVE!	20,00	ESPECIAL FCP- PRE MATCH	19,10	FLASH PORTO -SINTESE	20,00	NOTÍCIAS ÀS 20	
21,00	JORNAL DO NORTE	21,00	JORNAL DO NORTE	20,45	TRIBUNA LIVRE	19,15	PORTO ALIVE!	20,10	FLASH PORTO -SINTESE	
21,45	FLASH PORTO	21,45	FLASH PORTO	21,00	JORNAL DO NORTE	20,00	NOTÍCIAS ÀS 20	20,15	PORTO ALIVE!	
22,00	SOMOS PORTO	22,00	DOMINIO PÚBLICO	21,45	AZUL E BRANCO -REPORTAGEM	20,10	FLASH PORTO -SINTESE	21,00	JORNAL DO NORTE	
23,00	O DIA EM ANÁLISE	23,00	O DIA EM ANÁLISE	22,15	ESPECIAL FCP- POS MATCH	20,15	PORTO ALIVE!	21,45	FLASH PORTO	
23,45	FLASH PORTO	23,45	FLASH PORTO	23,00	O DIA EM ANÁLISE	21,00	JORNAL DO NORTE	22,00	AZUL E BRANCO	
0,00	ESPECIAL FCP-FUTEBOL	0,00	DESTINO NORTE	23,45	FLASH PORTO	21,45	FLASH PORTO	23,00	O DIA EM ANÁLISE	
2,00	O DIA EM ANÁLISE	1,00	DOMINIO PÚBLICO	0,00	BOLHAO ROUGE	22,00	TESTEMUNHO DIRECTO	23,45	FLASH PORTO	
2,45	FLASH PORTO	2,00	O DIA EM ANÁLISE	1,00	BEST OF FEST 2011	23,00	O DIA EM ANÁLISE	0,00	BEST OF FEST 2011	
3,00	NET DIÁRIO	2,45	FLASH PORTO	1,30	CULTURE CLUB	23,45	FLASH PORTO	0,30	RADIOATIVO	
4,00	SOMOS PORTO	3,00	NET DIÁRIO	2,00	O DIA EM ANÁLISE	0,00	NOVO NORTE	1,00	AZUL E BRANCO	
5,00	PORTO ALIVE!	4,00	AZUL E BRANCO-REPORTAGEM	2,30	CAMINHOS DA HISTORIA	1,00	TESTEMUNHO DIRECTO	2,00	O DIA EM ANÁLISE	
6,30	PONTOS CARDEAIS	4,30	VIZINHOS	3,00	NET DIÁRIO	2,00	O DIA EM ANÁLISE	2,45	FLASH PORTO	
		5,00	PORTO ALIVE!	4,00	RADIOATIVO	2,45	FLASH PORTO	3,00	NET DIÁRIO	
		6,30	NOVO NORTE -REPORTAGEM	4,30	VIZINHOS	3,00	NET DIÁRIO	4,00	BOLHAO ROUGE	
				5,00	PORTO ALIVE!	4,00	SEM PERDER O NORTE	5,00	PORTO ALIVE!	
				5,45	TRIBUNA LIVRE	4,30	VIZINHOS	6,30	VIZINHOS	
				6,00	SEM PERDER O NORTE	5,00	PORTO ALIVE!			
				6,30	CINEMA BATALHA	6,30	TERRA			

Grelha de divulgação à comunicação social

PORTO

C A N A L

Grelha de programas de emissão segunda-feira, 16 de Janeiro de 2012

HORA	PROGRAMA	TIPO	CLASSIFICAÇÃO
7:00	TRANSITO EM DIRECTO	Directo	Todos
8:00	JORNAL DO NORTE	Repetição	Informação
8:45	FLASH PORTO	Repetição	Informação
9:00	CONSULTÓRIO	Repetição	Todos
10:00	PORTO ALIVE	Repetição	Todos
11:30	COMPACTO FLASH PORTO	Repetição	Todos
11:55	METEO (Hoje)	Repetição	*****
12:00	CLUBE DOS COZINHEIROS	Original	Todos
12:30	TERRITÓRIOS	Repetição	Todos
12:55	METEO (Hoje e amanhã)	Original	*****
13:30	NOVO NORTE	Repetição	Todos
14:30	CINEMA BATALHA	Repetição	Todos
15:00	A CONVERSA COM RICARDO COUTO	Repetição	Todos
16:30	CLUBE DOS COZINHEIROS	Repetição	Todos
17:00	NET DIÁRIO	Directo	Todos
18:00	CONSULTÓRIO	Directo	Todos
19:00	NOTÍCIAS ÀS 19	Directo	Informação
19:10	FLASH PORTO -SÍNTESE	Directo	Informação
19:15	PORTO ALIVE	Directo	Todos
20:00	NOTÍCIAS ÀS 20	Directo	Informação
20:10	FLASH PORTO -SÍNTESE	Directo	Informação
20:15	PORTO ALIVE	Directo	Todos
21:00	JORNAL DO NORTE	Directo	Informação
21:45	FLASH PORTO	Directo	Informação
22:00	SOMOS PORTO	Directo	Todos
23:00	O DIA EM ANÁLISE	Directo	Informação
23:45	FLASH PORTO	Repetição	Informação
0:00	BRAGA 2012-CAPITAL EUROPEIA DA JU	Repetição	Todos
1:00	SEM PERDER O NORTE	Repetição	Todos
1:30	CINEMA BATALHA	Repetição	Informação
2:00	O DIA EM ANÁLISE	Repetição	Informação
2:45	FLASH PORTO	Repetição	Informação
3:00	NET DIÁRIO	Repetição	Todos
4:00	SOMOS PORTO	Repetição	Todos
5:00	PORTO ALIVE	Repetição	Todos
6:30	PONTOS CARDEAIS	Repetição	Todos

Porto Canal

20120116

Programa	Sub- Título	Hora	Classif. Etária
TRANSITO EM DIRECTO		7:00	Todos
JORNAL DO NORTE		8:00	Informação
FLASH PORTO		8:45	Informação
CONSULTÓRIO		9:00	Todos
PORTO ALIVE		10:00	Todos
COMPACTO FLASH PORTO		11:30	Todos
CLUBE DOS COZINHEIROS		12:00	Todos
TERRITÓRIOS		12:30	Todos
NOVO NORTE		13:30	Todos
CINEMA BATALHA		14:30	Todos
À CONVERSA COM RICARDO COUTO		15:00	Todos
CLUBE DOS COZINHEIROS		16:30	Todos
NET DIÁRIO		17:00	Todos
CONSULTÓRIO		18:00	Todos
NOTÍCIAS ÀS 19		19:00	Informação
FLASH PORTO -SÍNTESE		19:10	Informação
PORTO ALIVE		19:15	Todos
NOTÍCIAS ÀS 20		20:00	Informação
FLASH PORTO -SÍNTESE		20:10	Informação
PORTO ALIVE		20:15	Todos
JORNAL DO NORTE		21:00	Informação
FLASH PORTO		21:45	Informação
SOMOS PORTO		22:00	Todos
O DIA EM ANÁLISE		23:00	Informação
FLASH PORTO		23:45	Informação
BRAGA 2012-CAPITAL EUROPEIA DA JUVENTUDE		0:00	Todos
SEM PERDER O NORTE		1:00	Todos
CINEMA BATALHA		1:30	Informação
O DIA EM ANÁLISE		2:00	Informação
FLASH PORTO		2:45	Informação
NET DIÁRIO		3:00	Todos
SOMOS PORTO		4:00	Todos
PORTO ALIVE		5:00	Todos
PONTOS CARDEAIS		6:30	Todos

Grelhas de programação novembro 2012

Grelha Porto Canal

2ª FEIRA -12-11		3ª FEIRA 13-11		4ª FEIRA 14-11		5ª FEIRA 15-11	
7,00	JORNAL DO NORTE	7,00	ÚLTIMO JORNAL	7,00	ÚLTIMO JORNAL	7,00	ÚLTIMO JORNAL
7,45	FLASH PORTO	8,00	CONSULTÓRIO	8,00	CONSULTÓRIO	8,00	CONSULTÓRIO
8,00	CONSULTÓRIO	9,00	PORTO ALIVE	9,00	PORTO ALIVE	9,00	PORTO ALIVE
9,00	PORTO ALIVE	10,30	IMPERDÍVEIS	10,30	IMPERDÍVEIS	10,30	IMPERDÍVEIS
10,30	IMPERDÍVEIS	11,00	GRANDES MANHÃS	11,00	GRANDES MANHÃS	11,00	GRANDES MANHÃS
11,00	GRANDES MANHÃS	13,00	JORNAL DA UMA	13,00	JORNAL DA UMA	13,00	JORNAL DA UMA
13,00	JORNAL DA UMA	14,00	PARLAMENTO DA REGIÃO	14,00	MENTES QUE BRILHAM	14,00	DESTINO NORTE
14,00	TERRITÓRIOS FDS	15,00	MAGAZINE-GUIMARÃES 2012	15,00	VALTER HUGO MÃE	15,00	CAMINHOS DA HISTÓRIA
15,00	MAGAZINE-BRAGA 2012	15,30	CULTURE CLUB	15,30	IMPERDÍVEIS	16,00	CULTURE CLUB
15,30	CAMINHOS DA HISTÓRIA	16,00	DESTINO NORTE	16,00	CINEMA BATALHA	16,30	INVICTOS
16,00	TESTEMUNHO DIRECTO	17,00	NOTÍCIAS ÀS 17	16,30	CADEIRA DE SONHO	17,00	NOTÍCIAS ÀS 17
17,00	NOTÍCIAS ÀS 17	17,05	CONSULTÓRIO	17,00	NOTÍCIAS ÀS 17	17,05	CONSULTÓRIO
17,05	CONSULTÓRIO	18,00	NOTÍCIAS ÀS 18	17,05	CONSULTÓRIO	18,00	NOTÍCIAS ÀS 18
18,00	NOTÍCIAS ÀS 18	18,10	FLASH PORTO-SÍNTESE	18,00	NOTÍCIAS ÀS 18	18,10	FLASH PORTO-SÍNTESE
18,10	FLASH PORTO-SÍNTESE	18,15	TERRITÓRIOS	18,10	FLASH PORTO-SÍNTESE	18,15	TERRITÓRIOS
18,15	TERRITÓRIOS	18,30	PORTO ALIVE	18,15	TERRITÓRIOS	18,30	PORTO ALIVE
18,30	PORTO ALIVE	20,00	JORNAL DIÁRIO	18,30	PORTO ALIVE	20,00	JORNAL DIÁRIO
20,00	JORNAL DIÁRIO	21,00	45MINUTOS À PORTO	20,00	JORNAL DIÁRIO	21,00	45 MINUTOS À PORTO
21,00	45MINUTOS À PORTO	21,45	FLASH PORTO	21,00	DRAGÃO CAIXA-HOQUEI	21,45	FLASH PORTO
21,45	FLASH PORTO	22,00	IMPERDÍVEIS	23,00	CAMINHOS DA HISTÓRIA	22,00	TESTEMUNHO DIRECTO
22,00	PARLAMENTO DA REGIÃO	22,30	VALTER HUGO MÃE	0,00	ÚLTIMO JORNAL	23,00	DUPLA IMPROVÁVEL
23,00	ESPECIAL PORTO CANAL	23,00	MENTES QUE BRILHAM	1,00	FLASH PORTO	0,00	ÚLTIMO JORNAL
0,00	ÚLTIMO JORNAL	0,00	ÚLTIMO JORNAL	1,15	TERRITÓRIOS	1,00	FLASH PORTO
1,00	FLASH PORTO	1,00	FLASH PORTO	1,30	VALTER HUGO MÃE	1,15	TERRITÓRIOS
1,15	TERRITÓRIOS	1,15	TERRITÓRIOS	2,00	CAMINHOS DA HISTÓRIA	1,30	CULTURE CLUB
1,30	ESPECIAL FCP-JOGO	1,30	CINEMA BATALHA	3,00	ÚLTIMO JORNAL	2,00	TESTEMUNHO DIRECTO
3,30	RADIOACTIVO	2,00	MENTES QUE BRILHAM	4,00	FLASH PORTO	3,00	ÚLTIMO JORNAL
4,00	ÚLTIMO JORNAL	3,00	ÚLTIMO JORNAL	4,15	TERRITÓRIOS	4,00	FLASH PORTO
5,00	45MINUTOS À PORTO	4,00	FLASH PORTO	4,30	DRAGÃO CAIXA-HOQUEI	4,15	TERRITÓRIOS
5,45	FLASH PORTO	4,15	TERRITÓRIOS	6,30	MAGAZINE-GUIMARÃES 2012	4,30	DUPLA IMPROVÁVEL
6,00	PARLAMENTO DA REGIÃO	4,30	MAGAZINE-BRAGA 2012			5,30	DESTINO NORTE
		5,00	CADEIRA DE SONHO			6,30	AZUL E BRANCO
		5,30	CONCELHOS E NEGÓCIOS				
		6,30	IMPERDÍVEIS				

Grelha de divulgação à comunicação social



Grelha de programas de emissão

terça-feira, 20 de Novembro de 2012

HORA	PROGRAMA	TIPO	CLASSIFICAÇÃO
7:00	ÚLTIMO JORNAL	Repetição	Todos
8:00	CONSULTÓRIO	Repetição	Todos
9:00	PORTO ALIVE	Repetição	Todos
10:30	CLUBE DOS COZINHEIROS	Original	Todos
11:00	GRANDES MANHÃS	Directo	Todos
13:00	JORNAL DAS 13	Directo	Informação
14:00	ESPECIAL ANTEVISÃO DUPLA IMPROVÁVEL	Repetição	Informação
15:00	PARLAMENTO DA REGIÃO	Repetição	Todos
16:00	MAGAZINE - GUIMARÃES 2012	Repetição	Todos
16:30	CULTURE CLUB	Directo	Todos
17:00	NOTÍCIAS ÀS 17	Directo	Informação
17:05	CONSULTÓRIO	Directo	Todos
18:00	NOTÍCIAS ÀS 18	Directo	Informação
18:10	FLASH PORTO SÍNTESE	Directo	Informação
18:15	TERRITÓRIOS	Directo	Informação
18:30	PORTO ALIVE	Directo	Todos
20:00	JORNAL DIÁRIO	Directo	Informação
21:15	45 MINUTOS À PORTO	Directo	Informação
22:00	IMPERDÍVEIS	Original	Todos
22:30	VALTER HUGO MÃE	Original	Todos
23:00	MENTES QUE BRILHAM	Directo	Informação
0:00	ÚLTIMO JORNAL	Directo	Informação
1:00	45 MINUTOS À PORTO	Repetição	Informação
1:45	TERRITÓRIOS	Repetição	Informação
2:00	MENTES QUE BRILHAM	Repetição	Todos
3:00	ÚLTIMO JORNAL	Repetição	Todos
4:00	CINEMA BATALHA	Repetição	Todos
4:30	CADEIRA DE SONHO	Repetição	Todos
5:00	CONCELHOS E NEGÓCIOS	Repetição	Todos
6:00	MAGAZINE - GUIMARÃES 2012	Repetição	Todos
6:30	CLUBE DOS COZINHEIROS	Repetição	Todos

Porto Canal

20121120

Programa	Sub- Titulo	Hora	Classif. Etária
ÚLTIMO JORNAL		7:00	Todos
CONSULTÓRIO		8:00	Todos
PORTO ALIVE		9:00	Todos
CLUBE DOS COZINHEIROS		10:30	Todos
GRANDES MANHÃS		11:00	Todos
JORNAL DAS 13		13:00	Informação
ESPECIAL ANTEVISÃO DUPLA IMPROVÁVEL		14:00	Informação
PARLAMENTO DA REGIÃO		15:00	Todos
MAGAZINE -GUIMARÃES 2012		16:00	Todos
CULTURE CLUB		16:30	Todos
NOTÍCIAS ÀS 17		17:00	Informação
CONSULTÓRIO		17:05	Todos
NOTÍCIAS ÀS 18		18:00	Informação
FLASH PORTO SÍNTESE		18:10	Informação
TERRITÓRIOS		18:15	Informação
PORTO ALIVE		18:30	Todos
JORNAL DIÁRIO		20:00	Informação
45 MINUTOS À PORTO		21:15	Informação
IMPERDÍVEIS		22:00	Todos
VALTER HUGO MÃE		22:30	Todos
MENTES QUE BRILHAM		23:00	Informação
ÚLTIMO JORNAL		0:00	Informação
45 MINUTOS À PORTO		1:00	Informação
TERRITÓRIOS		1:45	Informação
MENTES QUE BRILHAM		2:00	Todos
ÚLTIMO JORNAL		3:00	Todos
CINEMA BATALHA		4:00	Todos
CADEIRA DE SONHO		4:30	Todos
CONCELHOS E NEGÓCIOS		5:00	Todos
MAGAZINE -GUIMARÃES 2012		6:00	Todos
CLUBE DOS COZINHEIROS		6:30	Todos

Anexo 2

Grelhas de Agendamento Porto Canal

Dado o elevado volume de documentos referentes ao agendamento do Porto Canal, estes foram agrupados no cd de anexos que acompanha este relatório. As grelhas de agendamento encontram-se no formato original (Excel). De salientar ainda que apenas são disponibilizadas as agendas nas quais constam a atribuição de funções à estagiária.

Anexo 3

Alinhamentos Jornal Diário – julho de 2011 e 2012

Dado o volume elevado de documentos correspondentes aos alinhamentos utilizados no estudo de caso desenvolvido neste relatório, os mesmos foram compilados no cd de anexos que acompanha o relatório.