



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Artes e Letras

**Participação do Cidadão na Imprensa Regional:
O caso do *Jornal do Fundão*
Entrega e Publicação de “Conteúdos gerados por
Leitores”**

Sara Alexandra da Silva Figueiredo

Dissertação para a obtenção de Grau de Mestre em
Jornalismo
(2º ciclo de estudos)

Orientador: Professor Doutor João Carlos Correia

Covilhã, outubro de 2012

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais que me ensinaram que na vida nada se constrói sem trabalho e dedicação. Aos meus irmãos, em especial ao pequeno Ricardo por saber fazer sorrir e espairecer. Ao Alex pelo apoio, compreensão e companheirismo. Aos meus amigos porque sempre acreditaram em mim.

Aos professores e colegas que me acompanharam no percurso académico. E ao *Jornal do Fundão* pela oportunidade de estágio.

Obrigada a todos.

Sara.

RESUMO

O interesse pelas notícias sobre diversas ocorrências, bem como a necessidade de comunicar, sempre existiu. É comum ao ser humano, por isso não se cinge ao jornalista profissional. Além de escreverem cartas de leitor, há cidadãos sem formação na área do jornalismo, não identificados como correspondentes ou colaboradores num determinado jornal, que participam voluntariamente no processo de elaboração de notícias e, por vezes, outros géneros considerados jornalísticos. Que produzem, sem qualquer obrigação e com maior liberdade (deontológica, editorial, etc.), textos, recolhem sons e imagens para os sustentar, credibilizar. Transmitem várias informações e sugerem temas de trabalho. No fundo, entregam a um jornal conteúdos do seu interesse que podem ser selecionados, aprofundados e publicados nas suas edições. Este cidadão, que alguns chamam de “jornalista” (não profissional) e outros de “fonte” de informação, estabelece contacto com a imprensa de carácter regional, através de correio eletrónico, telefone e, ainda, deslocação pessoal facilitada, visto tratar-se de um jornal implantado num ambiente onde prevalece a questão da proximidade. O fenómeno ocorre no *Jornal do Fundão*, eleito para estagiar e dar seguimento ao estudo que basicamente pretende responder a questões como: que temas recebe o *Jornal do Fundão* e através de que meio os recebe, quais opta por publicar e que destaque decide dar-lhes nas edições? Na primeira parte do trabalho, dedicado ao enquadramento teórico, abordam-se questões relacionadas com a definição de imprensa regional e a participação do cidadão no processo de agendamento. Na segunda parte, o estudo empírico, expõem-se a metodologia e desenho da investigação, bem como os resultados obtidos através de uma análise quantitativa. A dissertação termina com as principais conclusões do estudo.

PALAVRAS-CHAVE

Imprensa Regional; Participação do cidadão no processo de agendamento; Conteúdos gerados por Leitores; *Jornal do Fundão*

ABSTRACT

Mankind has always shared an interest in news, as well as a need to communicate. Thus, these traits are not restricted to the journalist as a professional. Citizens without a degree in journalism or a position as a correspondent or collaborator are not only writing the traditional letters to the editor, but are also participating voluntarily in the newsmaking process, both in the classic news genre and other genres. These citizens produce texts; record sound and video to support their work and give themselves credibility; they provide professional journalists with much information and suggest themes for further work in the media. They do all this without professional obligation and with greater freedom (both in an ethic and editorial sense). To make it short, they deliver to the media contents they may further select, work more deeply upon and publish in their editions. This citizen, that some call a “journalist” (non-professional) and others a “source” of information, makes contact with the local press using email, phone or by going to the office building himself, since our case study focuses upon a newspaper set in an environment where proximity is a major factor. Our study focuses on *Jornal do Fundão*, a local newspaper chosen for an internship and to be presented as an object for this study, with the following research questions: which themes does *Jornal do Fundão* get from citizens; how do they get them, which ones are published and what level of emphasis is given to them? In the first part of this study, dedicated to a theoretic approach, we define local media and citizen participation in the media’s agenda. In the second part, we describe our methodology, as well as the results obtained by quantitative analysis. The dissertation ends with the study’s main conclusions.

Keywords

Local Press; Citizen Participation in the media’s agenda; Reader-generated contents; *Jornal do Fundão*

ÍNDICE

AGRADECIMENTOS	iii
RESUMO	v
ABSTRACT	vii
ÍNDICE	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xi
ÍNDICE DE TABELAS	xv
INTRODUÇÃO	1
I PARTE - ENQUADRAMENTO TEÓRICO.....	3
Capítulo I - Do emergir do Jornalismo Impreso às especificidades da Imprensa Regional .	4
1.1. Jornalismo impresso, desde os primórdios	4
1.2. Regional, Local, Comunitário: Realidades Interconectadas	5
1.3. Imprensa Regional: Definição e Especificidades.....	8
1.4. A Questão da Proximidade, Relação com os Públicos	10
1.4.1. ...e Fontes de Informação Locais	12
1.5. Jornalismo Regional, Interesse e Noticiabilidade	13
Capítulo II - Atividade do Cidadão “Jornalista” na Imprensa Regional e a proposta do Jornalismo Cívico	15
2.1. Cidadão “Jornalista” e Jornalismo Cívico, no âmbito da Imprensa Regional	15
2.2. Distinção entre Jornalistas e Cidadãos.....	16
2.2.1. Trabalho do Jornalista, Ética e Deontologia	16
2.2.2. Cidadão “Jornalista” na Imprensa Regional: Definição	18
2.2.2.1. Quem é o Cidadão “Jornalista”?	18
2.2.2.2. Será, antes, Fonte de Informação?	20
2.2.2.3. Interação com o Jornal e o seu Público.....	21
2.2.3. Participação do Cidadão: Contributo e Riscos	23
2.2.3.1. Cidadão “Jornalista”, um Complemento ao Trabalho Jornalístico.....	23
2.2.3.2. Deveres do Cidadão e o Problema da Credibilidade	24
2.2.3.3. Tratamento do material dos Cidadãos: Responsabilidade jornalística em prol da Credibilidade	25
2.3. Jornalismo Cívico: Cidadão no Processo de Agendamento e Deliberação Coletiva ..	27
2.3.1. Nem Rutura com as formas tradicionais do jornalismo, nem total Liberdade	29
II PARTE - ESTUDO EMPÍRICO	32
Capítulo III - Metodologia e Desenho da Investigação.....	33
3.1. Tema, Problema e Hipóteses	33
3.2. Métodos e Técnicas	34
3.3. Corpus de Análise	35
3.4. Tópicos de Análise: Momento de Receção da Informação	36

3.4.1.	Tópicos de Análise: Momento de Publicação da Informação	41
Capítulo IV - Análise Quantitativa dos Resultados		43
4.1.	Análise quantitativa dos Resultados: E-Mails/Correio Eletrónico	43
4.2.	Análise quantitativa dos Resultados: Deslocação Pessoal	67
4.3.	Receção e Publicação de dados Transmitidos por Telefone	82
4.4.	Análise quantitativa dos Resultados: Questionário entregue aos Leitores, que por iniciativa, contactaram o <i>Jornal do Fundão</i>	83
Capítulo V - Resultados Gerais e Interpretação de Dados		104
5.1.	Receção de “Conteúdos gerados por Leitores”: Meio de Contacto, Identificação de “Conteúdos”, Género Textual e suas Características	105
5.1.1.	“Conteúdos gerados por Leitores” Publicados sob a forma de Géneros Jornalísticos: Seleção e Tratamento Jornalístico, Destaque e Características.....	107
5.2.	Caracterização dos Leitores que contactaram o <i>Jornal do Fundão</i>	111
CONCLUSÃO		114
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS		117
ANEXOS.....		i
<i>Anexos Ponto 1.A - Receção da Informação:.....</i>		<i>i</i>
<i>Anexos Ponto 1.B - Publicação da Informação:.....</i>		<i>v</i>
<i>Anexos Ponto 2.A - Receção da Informação:.....</i>		<i>xiii</i>
<i>Anexo Ponto 2.B - Publicação da Informação:.....</i>		<i>xiv</i>
<i>Anexos Ponto 3.A - Questionário:</i>		<i>xviii</i>
Exemplos de “Conteúdos gerados por Leitores”:		xx

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Análise Quantitativa dos Resultados: E-mails / Correio Electrónico

Receção de “Conteúdos gerados por Leitores”

Gráfico 1 - Género dos Leitores que contactaram o <i>Jornal do Fundão</i>	43
Gráfico 2 - Nº de contactos por pessoa	43
Gráfico 3 - Contactos por Mês	43
Gráfico 4 - Dias da semana em que mais contactos se efetuaram	44
Gráfico 5 - Destinatário da Informação	44
Gráfico 6 - “Conteúdos gerados por Leitores” enviados para o <i>Jornal do Fundão</i>	45
Gráfico 7 - Temáticas identificadas nos “Conteúdos gerados por Leitores”	45
Gráfico 8 - Espaço Geográfico identificado nos “Conteúdos gerados por Leitores”	47
Gráfico 9 - Contexto do Espaço Geográfico	47
Gráfico 10 - Interesse Informativo dos “Conteúdos gerados por Leitores”	48
Gráfico 11 - Envolvimento do “Leitor” nos Acontecimentos	49
Gráfico 12 - “Conteúdos gerados por Leitores” enviados com Imagem	50
Gráfico 13 - Género de “Textos/Pedido de Publicação”	51
Gráfico 14 - Título nos Textos	51
Gráfico 15 - Lead nos Textos	51
Gráfico 16 - Assinatura nos Textos	52

Publicação de “Conteúdos gerados por Leitores”

Gráfico 17 - Alteração de género de “Textos” e transformação de “Informações” e “Sugestões” em Género	53
Gráfico 18 - Género de Textos Publicados	54
Gráfico 19 - Mês de Publicação	54
Gráfico 20 - Secção de Publicação	55
Gráfico 21 - Página de Publicação	55
Gráfico 22 - Localização dos Textos na Página de Publicação	55
Gráfico 23 - Dimensão dos Textos na Página de Publicação	56
Gráfico 24 - Temática dos Textos Publicados	56
Gráfico 25 - Espaço Geográfico dos Textos Publicados	57
Gráfico 26 - Contexto do Espaço Geográfico	58

Gráfico 27 - Interesse Informativo dos Textos Publicados	58
Gráfico 28 - Critério de Noticiabilidade dos Textos Publicados	59
Gráfico 29 - Título dos Textos Publicados - Momento Posterior à Publicação	61
Gráfico 30 - Lead dos Textos Publicados - Momento Posterior à Publicação	62
Gráfico 31 - Alteração do Corpo dos Textos Publicados	62
Gráfico 32 - Tipo de Alterações do Corpo dos Textos Publicados	63
Gráfico 33 - “Conteúdos” entregues com Imagem - Momento Anterior à Publicação	64
Gráfico 34 - “Conteúdos” publicados com Imagem - Momento Posterior à Publicação	64
Gráfico 35 - Autoria dos “Textos, Informações e Sugestões” Publicados	65
Gráfico 36 - Assinatura nos Textos Publicados - Momento Posterior à Publicação	66

Análise Quantitativa dos Resultados: Deslocação Pessoal

Receção dos “Conteúdos gerados por Leitores”

Gráfico 37 - Género dos Leitores que contactaram o <i>Jornal do Fundão</i>	67
Gráfico 38 - Nº de contactos por pessoa	67
Gráfico 39 - Contactos por Mês	68
Gráfico 40 - Dias da semana em que mais contactos se efetuaram	68
Gráfico 41 - Recetor da Informação	68
Gráfico 42 - “Conteúdos gerados por Leitores” entregues no <i>Jornal do Fundão</i>	69
Gráfico 43 - Temáticas identificadas nos “Conteúdos gerados por Leitores”	69
Gráfico 44 - Espaço Geográfico identificado nos “Conteúdos gerados por Leitores”	70
Gráfico 45 - Contexto do Espaço Geográfico	70
Gráfico 46 - Interesse Informativo dos “Conteúdos gerados por Leitores”	70
Gráfico 47 - Envolvimento do “Leitor” nos Acontecimentos	71
Gráfico 48 - “Conteúdos gerados por Leitores” entregues com Imagem	71
Gráfico 49 - Género de “Textos/Pedido de Publicação”	72
Gráfico 50 - Título nos Textos	72
Gráfico 51 - Lead nos Textos	72
Gráfico 52 - Assinatura nos Textos	72

Publicação de “Conteúdos gerados por Leitores”

Gráfico 53 - Género de Textos Publicados	74
Gráfico 54 - Mês de Publicação.....	74
Gráfico 55 - Secção de Publicação	74
Gráfico 56 - Página de Publicação	75
Gráfico 57 - Localização dos Textos na Página de Publicação	75
Gráfico 58 - Dimensão dos Textos na Página de Publicação.....	75
Gráfico 59 - Temática dos Textos Publicados.....	76
Gráfico 60 - Espaço Geográfico dos Textos Publicados	76
Gráfico 61 - Contexto do Espaço Geográfico.....	76
Gráfico 62 - Interesse Informativo dos Textos Publicados	77
Gráfico 63 - Critérios de Noticiabilidade dos Textos Publicados	77
Gráfico 64 - Títulos dos Textos Publicados - Momento Posterior à Publicação	78
Gráfico 65 - Lead dos Textos Publicados - Momento Posterior à Publicação.....	79
Gráfico 66 - Alteração do Corpo dos Textos Publicados	79
Gráfico 67 - Tipo de Alteração do Corpo dos Textos Publicados	79
Gráfico 68 - “Conteúdos” entregues com Imagem - Momento Anterior à publicação	80
Gráfico 69 - “Conteúdos” publicados com Imagem - Momento Posterior à Publicação	80
Gráfico 70 - Autoria dos “Textos, Informações e Sugestões” Publicados	81
Gráfico 71 - Assinatura nos Textos Publicados - Momento Posterior à Publicação.....	82

Resultado das respostas obtidas através do Questionário por Inquirido

Gráfico 72 - Género dos Inquiridos: Q. E-Mail	84
Gráfico 73 - Género dos Inquiridos: Q. D. Pessoal	84
Gráfico 74 - Idade dos Inquiridos: Q. E-Mail	84
Gráfico 75 - Idade dos Inquiridos: Q. D. Pessoal	84
Gráfico 76 - Local de Residência: Q. E-Mail.....	85
Gráfico 77 - Grau de Escolaridade: Q. E-Mail	86
Gráfico 78 - Grau de Escolaridade: Q. D. Pessoal	86
Gráfico 79 - Assinantes do <i>Jornal do Fundão</i> : Q. E-Mail	87
Gráfico 80 - Assinantes do <i>Jornal do Fundão</i> : Q. D. Pessoal	87

Gráfico 81 - Tempo de Assinatura: Q. E-Mail	88
Gráfico 82 - Tempo de Assinatura: Q. D. Pessoal	88
Gráfico 83 - Motivo que levou à Assinatura: Q. E-Mail	88
Gráfico 84 - Motivo que levou à Assinatura: Q. D. Pessoal	89
Gráfico 85 - Leitura do <i>Jornal do Fundão</i> : Q. E-Mail	89
Gráfico 86 - Leitura do <i>Jornal do Fundão</i> : Q. D. Pessoal	89
Gráfico 87 - Versão de Leitura: Q. E-Mail	90
Gráfico 88 - Versão de Leitura: Q. D. Pessoal	91
Gráfico 89 - Motivo de leitura na Versão Impressa: Q. E-Mail	91
Gráfico 90 - Motivo de leitura na Versão Impressa: Q. D. Pessoal	91
Gráfico 91 - Motivo de leitura na Versão Online: Q. E-Mail	92
Gráfico 92 - Motivo de leitura nas Duas Versões: Q. E-Mail	92
Gráfico 93 - Motivo do Contacto com o <i>Jornal do Fundão</i> : Q. E-Mail	93
Gráfico 94 - Motivo do Contacto com o <i>Jornal do Fundão</i> : Q. D. Pessoal	93
Gráfico 95 - Temática: Q. E-Mail.....	94
Gráfico 96 - Temática: Q. D. Pessoal.....	94
Gráfico 97 - Frequência de contacto com o <i>Jornal do Fundão</i> : Q. E-Mail	94
Gráfico 98 - Frequência de contacto com o <i>Jornal do Fundão</i> : Q. D. Pessoal	95
Gráfico 99 - Motivo que, frequentemente, leva ao contacto: Q. E-Mail	95
Gráfico 100 - Motivo que, frequentemente, leva ao contacto: Q. D. Pessoal	96
Gráfico 101 - Aceitação dos Pedidos: Q. E-Mail	96
Gráfico 102 - Aceitação dos Pedidos: Q. D. Pessoal	97
Gráfico 103 - Contacto a outros jornais regionais portugueses: Q. E-Mail.....	97
Gráfico 104 - Contacto a outros jornais regionais portugueses: Q. D. Pessoal.....	97
Gráfico 105 - Outros jornais regionais portugueses: Q. E-Mail.....	97
Gráfico 106 - Meio utilizado para contactar o <i>Jornal do Fundão</i> : Q. E-Mail	98
Gráfico 107 - Meio utilizado para contactar o <i>Jornal do Fundão</i> : Q. D. Pessoal	98
Gráfico 108 - E-Mail: Q. E-Mail	99
Gráfico 109 - Telefone: Q. E-Mail.....	99
Gráfico 110 - Deslocação Pessoal: Q. E-Mail	100

Gráfico 111 - Deslocação Pessoal: Q. D. Pessoal	100
Gráfico 112 - Atendimento/Feedback: Q. E-Mail.....	100
Gráfico 113 - Atendimento/Feedback: Q. D. Pessoal	101

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Meio de Contacto e “Conteúdos gerados por Leitores”	36
Tabela 2 - Género de Textos Publicados.....	36
Tabela 3 - Publicação da Informação (Correio Eletrónico)	52
Tabela 4 - Título - Momento Anterior à Publicação.....	61
Tabela 5 - Lead - Momento Anterior à Publicação	62
Tabela 6 - Assinatura - Momento Anterior à Publicação	66
Tabela 7 - Publicação da Informação (Deslocação Pessoal)	73
Tabela 8 - Título - Momento Anterior à Publicação.....	78
Tabela 9 - Lead - Momento Anterior à Publicação	78
Tabela 10 - Assinatura - Momento Anterior à Publicação.....	81
Tabela 11 - Local de Residência: Q. D. Pessoal	86
Tabela 12 - Motivo da Leitura do <i>Jornal do Fundão</i> : Q. E-Mail	90
Tabela 13 - Motivo da Leitura do <i>Jornal do Fundão</i> : Q. D. Pessoal	90
Tabela 14 - Primeira Escolha - Papel do <i>Jornal do Fundão</i> : Q. E-Mail	101
Tabela 15 - Primeira Escolha - Papel do <i>Jornal do Fundão</i> : Q. D. Pessoal	102
Tabela 16 - Segunda Escolha - Papel do <i>Jornal do Fundão</i> : Q. E-Mail.....	102
Tabela 17 - Segunda Escolha - Papel do <i>Jornal do Fundão</i> : Q. D. Pessoal.....	103
Tabela 18 - Terceira Escolha - Papel do <i>Jornal do Fundão</i> : Q. E-Mail.....	103
Tabela 19 - Terceira Escolha - Papel do <i>Jornal do Fundão</i> : Q. D. Pessoal.....	104

INTRODUÇÃO

Num mundo cada vez mais uniforme, sem fronteiras, onde circula informação em quantidade e de todo o tipo, em “superabundância” (Wolf, 1985, p.83), o jornal regional, local, de proximidade torna-se um importante meio de comunicação social, pela tarefa de informar o essencial às populações, comunidades em seu redor. Referiu Julio Puente que «chegados à aldeia global concluímos que a única coisa que nos diferencia na realidade é a nossa aldeia» (Puente citado por Camponez, 2002, p.120). E na “nossa aldeia” o «jornalista-assistente do cidadão» tem um papel inquestionavelmente relevante. É, como um dia Jean Tibi sublinhou, um “especialista de generalidades” (Camponez, 2002, p.126), mas atento a uma realidade miúda; um interventivo que amplifica, como nenhum outro jornalista, o espaço público, focando sistematicamente acontecimentos, sem que estes caiam no esquecimento, e tornando-se verdadeiramente útil para o seu público.

Mas, o interesse pelas notícias sobre diversos acontecimentos - sociais e naturais -, bem como a necessidade de comunicar - informar e ser informado -, sempre existiu. É comum ao ser humano, por isso não se cinge ao jornalista profissional. Além de escreverem cartas de leitor, há cidadãos sem formação na área do jornalismo que participam voluntariamente no processo de elaboração de notícias e, por vezes, outros géneros considerados jornalísticos. Isto é, produzem, sem qualquer obrigação, textos, recolhem sons e imagens para os sustentar. Transmitem várias informações e sugerem temas de trabalho. No fundo, divulgam conteúdos do seu interesse que, depois de enviados ou entregues a um jornal, podem ser selecionados, aprofundados e publicados nas suas edições.

Cabe salientar que o cidadão estabelece este tipo de contacto não só com jornais nacionais, e através de meios digitais, mas também com a imprensa de carácter regional, num ambiente onde prevalece a questão da proximidade. E se para uns autores este é considerado um “cidadão jornalista”, para outros trata-se apenas de um “cidadão-fonte”, e que, nalgumas situações, auxilia a prática do jornalismo cívico.

Este estudo, desenvolvido no âmbito de um estágio no *Jornal do Fundão*, partiu da questão: sabendo-se que o *Jornal do Fundão* recebe semanalmente algum “Conteúdo gerado por Leitores”, através de diferentes meios, e que a sua publicação depende de um processo de seleção, que temas recebe o *Jornal do Fundão*, quais opta por publicar e que destaque decide dar-lhes nas edições?

Com o objetivo de obter respostas à questão delinearam-se três hipóteses de trabalho: H1: Com as potencialidades associadas à Internet os leitores preferem contactar o *Jornal do Fundão* através de e-mail; H2: Interessados na atualidade do país, os leitores que contactam o *Jornal do Fundão* entregam sobretudo assuntos de interesse público e com temáticas como a política, economia e sociedade; e H3: O *Jornal do Fundão* publica os temas

dos leitores sobretudo relacionados com acontecimentos que ocorrem na zona de influência do Jornal (valor de proximidade), optando, ainda, por não lhes dar destaque significativo, na primeira página e interior do Jornal.

A fim de as confirmar, ou não, recorreu-se maioritariamente a uma metodologia que se funda na técnica quantitativa da análise de conteúdos: execução de grelhas, que permitiram o tratamento estatístico dos dados, aqueles entregues ao *Jornal do Fundão* e aqueles publicados nas suas edições, e, ainda, chegar a algumas conclusões de nível qualitativo; e a elaboração de um inquérito por questionário que, com o intuito de caracterizar o grupo de pessoas que contacta ou contactou o *Jornal do Fundão*, permitiu, tal como as grelhas, obter dados quantificáveis que ajudaram a confirmar uma das hipóteses de trabalho (H1).

A investigação é constituída por duas partes. O enquadramento teórico desenvolve-se na primeira parte, formada por dois capítulos: o primeiro, intitulado “Do emergir do Jornalismo Imprenso às especificidades da Imprensa Regional”, começa por abordar o jornalismo impresso, a sua origem e caracterização, depois por enquadrá-lo no âmbito regional e defini-lo através dos conceitos *regional, local e comunitário* - realidades congregadas na noção de jornalismo regional -, interesse e noticiabilidade, da questão da proximidade - *local, social, temporal e psico-afetiva* -, relação com os públicos e fontes de informação locais; o segundo capítulo, “Atividade do Cidadão “Jornalista” na Imprensa Regional e a proposta do Jornalismo Cívico”, pretende, por sua vez, inserir a prática do cidadão sem formação na área do jornalismo num contexto de imprensa regional, defini-la, a si e ao cidadão, e distingui-la da do trabalho do jornalista profissional, atribuindo-lhe ainda vantagens (complemento ao trabalho jornalístico) e desvantagens (o problema da credibilidade). Aborda-se, também, a perspetiva de jornalismo cívico na medida em que este cidadão, ao informar e sugerir temas de trabalho a um jornal, expondo preferências temáticas e preocupações coletivas, participa no processo de agendamento dos *media* locais, responsáveis pela seleção de assuntos de interesse e tratamento jornalístico dos mesmos.

Na segunda parte da investigação desenvolveu-se o estudo empírico, em três capítulos: o terceiro capítulo destinou-se à apresentação da metodologia utilizada para obter respostas à pergunta de investigação. Expôs-se o problema e hipóteses de trabalho, métodos e técnicas utilizadas e delimitou-se o corpus e tópicos de análise, que estiveram presentes em grelhas de observação; no quarto capítulo apresentaram-se os resultados obtidos através da análise de conteúdo, quantitativa e nalguns casos qualitativa, a partir dos tópicos e grelhas referidos; finalmente, o quinto capítulo, onde estão expostos os resultados gerais da investigação e interpretação de dados, confirmação, ou não, das hipóteses de trabalho e caracterização dos cidadãos ou leitores que contactam ou contactaram, nos meses de investigação, o *Jornal do Fundão*.

I PARTE - ENQUADRAMENTO TEÓRICO

Capítulo I - Do emergir do Jornalismo Impreso às especificidades da Imprensa Regional

1.1. Jornalismo impresso, desde os primórdios

O interesse humano pelas notícias sobre diversos acontecimentos, sociais e naturais, sempre existiu, bem como a necessidade de comunicar - informar, além de ser informado - tão antiga quanto a própria linguagem. Demonstram-no as gravuras rupestres encontradas em cavernas, bem como o facto de que em antigas civilizações já se divulgavam eventos políticos, sociais, culturais, judiciais, e outros, através de placas expostas em lugares públicos com o intuito de manter informados os cidadãos¹.

Mas foi em 1440 que o contributo fornecido por Gutemberg - que inventou a prensa móvel, possibilitando o aumento exponencial da circulação da informação à distância, através da produção e disseminação de notícias, panfletos e livros (Levinson, 1998, p.49) - impulsionou o aparecimento daquilo que hoje conhecemos por jornal impresso. Ao longo de décadas, o desenvolvimento de outros processos técnicos relacionados com a escrita, mas também com a melhoria da reprodução de imagens, os avanços na rapidez de transmissão da informação e, ainda, a progressiva escolarização ou o “alargamento da instrução pública, o aparecimento do gosto e dos hábitos da leitura e a generalização do interesse ou da curiosidade pelo conhecimento do desenrolar dos acontecimentos mais significativos” (Rodrigues citado por Santos, 2007, p.15-16) facilitou a existência do jornalismo, nomeadamente ao nível da imprensa.

O jornalismo, uma forma de comunicação, é uma atividade profissional que, resumidamente, consiste em recolher, tratar e transmitir informação de interesse. Informar, uma das principais funções do jornalismo, adquire, num estado democrático de direito, um duplo sentido. Por um lado, o jornalismo mantém “um sistema de vigilância e controlo dos poderes”, isto é, publicita “os atos dos agentes de poder (Governo, Parlamento, partidos políticos, agentes económicos, etc)”, mas também os analisa, mostra em que contexto são praticados e explica, aos cidadãos, as consequências que acarretam. Por outro lado, exerce, dirigindo-se aos seus públicos, uma comunicação útil, ou seja, noticia acontecimentos que estão para além da ação dos agentes de poder, trata de problemáticas sociais relevantes (Sousa, 2001, p.13).

À função de informar (refletir a realidade), juntam-se outras três enumeradas por Fontcuberta (Fontcuberta, 1993, p.34-35): formar (interpretá-la), entreter (ocupar os tempos livres) e tematizar (mecanismo de formação da opinião pública). De um modo geral pode

¹ É exemplo a de Roma - Acta Diurna Populi Romani (“relatos diários ao povo de Roma”) - que possuía características jornalísticas - periodicidade, atualidade e variedade - informando sobre jogos, batalhas, cerimónias religiosas, atividades do Senado, entre outros acontecimentos. Disponível em <http://jornalonline.net/historia-jornal-no-mundo>.

dizer-se que o jornalismo, no estabelecimento da sua agenda, desempenha a tarefa de informar sobre factos da realidade, atuais e de interesse geral, fomenta e impulsiona conhecimentos, contribui para a formação da opinião pública, local ou global, proporciona distração e entretenimento e, ao mesmo tempo, “reduz a complexidade social através da criação de temas comuns na conversação” (Correia, 2011, p.13).

Enquanto modalidade de comunicação social, o jornalismo é uma área rica e diversificada. De acordo com Sousa, em vez de um jornalismo existem “vários”. Uma boa asserção se se pensar que

“o jornalismo que se faz na imprensa regional e local, por exemplo, é diferente do jornalismo que se faz nos grandes jornais e revistas. O jornalismo especializado é diferente do generalista. O jornalismo escolar é diferente do jornalismo empresarial. O jornalismo iraquiano é diferente do português” (Sousa, 2001, p.15).

Contudo, não significa que “diferentes” jornalismo não abordem os “mesmos” temas. Muito pelo contrário. Temas “iguais” são trabalhados de acordo com a natureza do jornal (nacional ou regional, por exemplo), adaptados à realidade que o rodeia e espaço geográfico onde está inserido. Portanto, se por um lado “aqueles [jornais] a que normalmente atribuímos o qualitativo de imprensa nacional - nem por isso deixam de ter um carácter eminentemente regional” (Camponez, 2002, p.107), por outro lado, os jornais regionais não deixam de ter a sua quota de temas de cariz nacional.

A respeito da imprensa regional e nacional, e porque a seguir se falará apenas em imprensa regional, cabe salientar que

“o que parece distinguir a imprensa regional da nacional tem a ver com as suas formas de organização empresarial e a sua estratégia claramente vocacionada para uma abordagem dos temas tanto mais generalistas quanto generalista se pretende que seja o seu público num território mais ou menos vasto” (Camponez, 2002, p.108).

1.2. Regional, Local, Comunitário: Realidades Interconectadas

Antes de se falar de imprensa regional ou de comunicação social regional e local, e das características que a definem, importa focalizar três conceitos base, relacionados com os *media* de proximidade: regional, local e comunitário. Três conceitos de alguma forma distintos, mas interconectados, isto é, congregados na noção de imprensa regional. É que dentro de um jornal regional - “de circulação localizada e noticiário concentrado no registo dos factos dos municípios de uma região” - cabe também a ideia de local - “tiragem e linha editorial circunscrita a uma cidade específica” - e a de comunicação comunitária - concentrada no interesse dos cidadãos e problemáticas sociais, de um lugar específico (Diniz, 2008, p.5).

É muito difícil demarcar fronteiras em cada um dos termos referidos, sobretudo porque se trata de espaços ou territórios que acabam por se cruzar/misturar. Peruzzo refere-

se mesmo à “impossibilidade de definir fronteiras precisas entre o regional, o local e o comunitário”. Sustenta que

“não se trata apenas de fronteiras territoriais ou geográficas, mas da inclusão de territórios de outros tipos, como os de base cultural, ideológica, de idioma, de circulação da informação, etc.” (Peruzzo, 2003, p.67-68).

Apesar de convencionada a ideia de que o jornalismo local ou de bairro, como alguns autores preferem chamar, está delimitado a uma área mais restrita que a do jornalismo regional, - o primeiro dando primazia ao que acontece numa cidade ou zona desta, num município ou localidade no meio rural² e o segundo circunscrito a uma espacialidade mais ampla, a própria região -, a verdade é que tanto o termo local como o regional só podem ser “compreendidos na relação um com o outro, ou deles com outras dimensões espaciais, como o nacional e o global” (Peruzzo, 2003, p.68). Quer dizer que as dimensões local e regional partilham, inevitavelmente, elementos culturais, sociais, políticos e económicos, por sua vez relacionados entre si. Trata-se, no fundo, de um lugar específico ou mesmo uma região inserida num contexto e constituída por pessoas que vivem coisas em comum e partilham sentidos com os seus semelhantes. É como refere Peruzzo, um espaço familiar que congrega identidades:

“Os acontecimentos dizem respeito mais diretamente à vida das pessoas daquela localidade. Ou seja, embora as demarcações geográficas não sejam determinantes, em alguns casos elas são importantes na configuração do local, já que podem significar uma fonte de significados em comum para um determinado contingente de pessoas, expresso na língua e dialetos, nas raízes históricas, nos costumes e valores culturais, nos aspetos geográficos e de clima, nas crenças religiosas, nos meios usados para a comunicação (...)” (Peruzzo, 2003, p.68).

Além da noção local-regional, importa realçar a relação existente entre os termos local e comunitário e mostrar porque se distinguem. Objetivamente uma comunidade está inserida num espaço local. E, se por um lado, o local é um termo mais amplo e diversificado, por outro, é na comunidade que se estabelecem vínculos sociais mais estreitos. Ou seja, é no seio desta que se formam

“laços mais fortes de identidades entre as pessoas, os sentimentos de cooperação e de pertença são mais imensos; há participação ativa e mais interação entre os membros de uma comunidade do que no espaço local. Enfim, numa comunidade há uma conjugação de interesses em comum, o que não necessariamente acontece num espaço local” (Peruzzo, 2003, p.69-70).

Quando Dornelles se debruça sobre a questão do jornalismo impresso local e as suas interfaces com jornais comunitários, entende que há características próprias do jornalismo comunitário que, no decorrer do tempo, passaram a ser adotadas pelos jornais locais. Daí que, por vezes, o termo comunitário seja empregado como sinónimo do local. Os jornais locais, explica a autora,

² Para Gabriel Ringlet, e nas palavras de Carlos Camponez, o “verdadeiro local” seria quando o local é esmiuçado, detalhado, ou seja, quando a política editorial assenta na tática de ocupação do terreno (Camponez, 2002, p.100-103).

“passaram a divulgar assuntos específicos das comunidades, de movimentos coletivos e de segmentos populacionais ou de interesse público, que normalmente não encontram espaço na *media* convencional; a ter como principal motivação o desenvolvimento comunitário como forma de ampliar o exercício dos direitos e deveres de cidadania; os conteúdos dizem respeito às necessidades, problemáticas, artes; cultura e outros temas de interesse local (...)” (Dornelles, 2008, p.167).

Em todo o caso, e para Cícilia Peruzzo, o que de facto distingue os meios de comunicação local e comunitário é o tipo de conteúdos tratados e transmitidos. O local tende a ocupar-se de assuntos e informações de proximidade mais gerais, ao passo que o comunitário vai ao encontro da mobilização social, da amplitude da cidadania, da educação informal dos leitores, da prestação de serviços e formação da identidade:

“A tendência maior é que a *mídia* local se ocupa de assuntos mais gerais (das vias públicas, tragédias, violência urbana, tráfico de droga, política local, serviços públicos, problemas da cidade, culinária regional, etc.), enquanto os meios comunitários trabalham principalmente com pautas de interesse mais específico de segmentos sociais (assuntos dos bairros, do trabalho, dos movimentos sociais, questões de violência esclarecimentos quanto aos perigos relacionados às drogas e outras problemáticas de segmentos sociais excluídos) (Peruzzo citada por Dornelles, 2008, p.163-164).

Concluindo, comunitário é o termo aplicado àquela prática de jornalismo que coloca, em primeiro plano, o próprio cidadão, o protagonista das histórias que ocorrem no quotidiano. Péricles Diniz esclarece ao evocar a definição de jornalismo comunitário de Moroni e Ruas:

“um instrumento de atuação política e social de uma determinada coletividade, seja ela um grupo de trabalhadores de uma fábrica, o conjunto de moradores de um espaço territorial delimitado ou mesmo pessoas vinculadas a laços culturais e religiosos” (Moroni e Ruas citados por Diniz, 2008, p.2).

No fundo, e de acordo com próprio Diniz, trata-se de um veículo de informação capaz de assumir uma posição, definir princípios e objetivos, defender pontos de vista dos cidadãos e os interesses de uma coletividade; e para Dornelles de um veículo que se alimenta, mas não de forma pejorativa e sensacionalista, dos anseios e reivindicações de uma comunidade, em vez de pautado por interesses pessoais ou de grupos, nomeadamente políticos ou administrativos, como acontece em algumas localidades, em que “a cobertura política, por seu turno, quase sempre está condicionada a algum grupo de poder local, sobretudo o que exerce no momento o poder municipal ou, mais eventualmente, à oposição” (Diniz, 2008, p.6).

Cabe, ainda, salientar que os meios de comunicação que o espaço local abarca - regional, local e comunitário - comportam tanto mais credibilidade quanto mais explorarem, de modo direto ou indireto, dimensões relativas à proximidade - “o sentido da proximidade diz respeito à noção de pertencimento, ou de vínculos existentes entre pessoas que partilham um quotidiano e interesses em comum”; à singularidade - referente ao facto de que “cada localidade possui aspetos específicos, tais como a sua história, os costumes, valores, problemas, língua, etc., o que no entanto, não dá ao local um carácter homogéneo”;

diversidade - porque “o local comporta múltiplas diferenças e a força das pequenas unidades”; e familiaridade - “constituída a partir das identidades e raízes históricas e culturais”. Aspetos, próprios do local, formulados por Renato Ortiz e Alain Bourdin (citados por Peruzzo, 2003, p.78), e que quando tratados se verifica congregarem-se, de algum modo, na definição de imprensa regional.

1.3. Imprensa Regional: Definição e Especificidades

O conceito de imprensa regional ou comunicação social regional tem sido, ao longo dos anos, alvo de investigação e reflexão por parte de vários autores. Na verdade, umas e outras linhas de pensamento acabam por se complementar, culminando numa definição, a de que a

“imprensa regional e local opera por recorte de um espaço mais ou menos limitado, por seleção do tipo de informação, por uma escolha cultural e, em consequência, por identificação” (Camponez, 2002, p.128).

Quer dizer que o espaço geográfico, onde está localizado determinado jornal, tem um papel crucial quanto à seleção e definição de temas e, ainda, que um jornal regional, localizado num determinado espaço geográfico, deve, como está estipulado no Estatuto da Imprensa Regional (promulgado a 14 de Março de 1988), «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 a promoção das suas potencialidades de desenvolvimento»³.

A ligação “à terra” ou localidades de uma região leva a imprensa regional a desempenhar necessariamente um conjunto de funções, por sua vez significativas no seio de uma comunidade. Assim, este tipo de imprensa serve de elo, na medida em que transmite informação útil, e por vezes, exclusiva, aos públicos, mas também funciona como seu porta-voz. Constitui-se como complemento às experiências vividas no quotidiano porque, além de retratar acontecimentos próximos, informa sobre realidades distantes. «Reduz a incerteza» dos indivíduos e responde a questões banais, sobretudo relacionadas com a novidade e assuntos da atualidade. É uma espécie de «enciclopédia dos acontecimentos vulgarizados», como define Mathien, já que alarga saberes culturais e outros conhecimentos dos leitores. Regista e guarda informações sobre a região, como se tratasse de um privilegiado banco de dados de âmbito regional. E, finalmente, é recreativa e, ao mesmo tempo, psicoterapêutica social (Mathien citado por Camponez, 2002, p.123). Recreativa pela capacidade de entretenimento e psicoterapêutica, a imprensa regional, por ter o poder de “recriar”, quando necessário, a própria região, conferindo-lhe visibilidade, amplificando a sua identidade, valorando-a e aplaudindo-a, e por projetar linhas de futuro, por vezes, favoráveis, reconstitutivas.

³ Estatuto da Imprensa Regional, disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/estado-portugues-estatuto-imprensa-regional.pdf>.

O local de implantação ou o território de um jornal é, como constatado, um aspeto incluído na definição de imprensa regional e que adquire um grau de importância elevado, sobretudo se se cruzar com a questão social. Xosé López Garcia refere mesmo que “o local é um espaço territorial singularizado, sendo que essa singularidade se manifesta em especial no campo social” (López Garcia citado por Sousa, 2002, p.3). Por outras palavras, e nas de Ringlet, “a informação local é constituída por notícias que dizem respeito a uma área geográfica delimitada e relativamente restrita”, ou seja, um tipo de informação geralmente relacionado com o modo de vida de um bairro urbano, de uma pequena cidade, de uma aldeia ou mesmo uma região específica do interior de determinado país (Ringlet citado por Camponez, 2002, p.109). Locais onde coexistem problemas e potencialidades únicas; lugares que dispõem naturalmente de uma cultura própria - herança social constituída por condutas, ideias, costumes, sentimentos, atitudes e tradições duradouras, comuns a uma coletividade e transmitidas à geração seguinte - e indivíduos com histórias particulares para contar. Aspetos capazes de dar vida a notícias que “reagrupadas, no jornal, em espaços próprios”, completam edição após edição; impõem como valor de notícia a própria região; e, ainda, permitem que se fale de um tipo de jornalismo «mais humano e verdadeiramente social» (Camponez, 2002, p.121).

Camponez sublinha que a característica que melhor define a imprensa regional é, além do espaço geográfico, «a territorialização dos conteúdos». Um conceito sustentado por Mercadé e que muito tem a ver com o

“âmbito de difusão e cobertura [dos acontecimentos]; a vocação [discursiva ou temática] e intencionalidade da publicação [desses acontecimentos]; o tratamento dado aos conteúdos; a perceção do jornal sobre o leitor [isto é, o conhecimento dos seus leitores e das temáticas correntes na opinião pública local]; e a relação com as fontes de informações institucionais [ou seja, proximidade face aos agentes e às instituições sociais que dominam esse espaço]” (Mercadé citado por Camponez, 2002, p.19 e 109).

Estes pontos, associados à realidade regional e local ou vida quotidiana de uma comunidade, onde se inserem, como já referido, assuntos políticos e económicos, reafirmam, segundo López Garcia, a “personalidade própria” de um povo, diferenciando-o de todos os outros (López Garcia citado por Sousa, 2002, p.4). E permitem, no entender de Sousa, avançar para a ideia de que a comunicação social local e regional é “aquela que se estabelece numa comunidade de vizinhos, através de meios de comunicação que lhe são próximos” (Sousa, 2002, p.4). Ou seja, numa comunidade, rural ou urbana, composta por grupos familiares ou pessoas próximas umas das outras (vizinhança) que interagem e partilham, de um modo geral, valores, modos de vida, interesses e língua, etc., mas também os mesmos meios locais de informação (seja imprensa, rádio, televisão ou meios online), um forte contributo para a formação da opinião pública local.

1.4. A Questão da Proximidade, Relação com os Públicos ...

Imprensa regional ou comunicação social local não pode dissociar-se da noção de proximidade. É esta que estabelece, entre o jornal, a região e as pessoas que nela habitam, a existência de um compromisso: aquele que determina que um jornal regional deve debruçar-se sobre assuntos que digam respeito, maioritariamente, aos públicos da sua área geográfica. Públicos ou um público que Xosé López Garcia entende por ser mais cidadão (ativo) do que leitor ou espectador consumidor (passivo) (López Garcia citado por Ferreira, 2005, p.851).

Além da *proximidade local*, que engloba acontecimentos ou situações que decorrem numa rua, bairro ou cidade próximos do jornal regional, mas também acontecimentos da região deste e do país, e da *proximidade social*, relacionada com o tipo de temática abordada, seja de cariz familiar, profissional, estatuto social, religião, economia ou política, Orlando Raimundo (Raimundo citado por Camponez, 2002, p.117) desenvolve outras vertentes do conceito. Delas faz parte a *proximidade temporal*, relacionada com o momento em que determinados acontecimentos ocorrem, tendo como finalidade situar os leitores no tempo - “ontem, hoje, amanhã, na História”.

“No seu clássico manual de jornalismo, Fraser Bond citava a máxima de James Gordon Bennet quando afirmava aos jornalistas da edição parisiense do “The Herald” que um cão morto na Rua do Louvre, onde se situavam as instalações do jornal, tinha mais interesse que uma inundação na China” (Camponez, 2002, p.116). Apesar da afirmação de Bennet, a proximidade, consubstanciada a uma espécie de pacto, não se circunscreve ao campo da vizinhança geográfica. Pois, catástrofes naturais e atentados terroristas contra a humanidade assumem, muitas vezes, consequências de nível psicológico, afetivo e social (Amaral, 2006, p.42), por mais perto ou longe que as situações ocorram. É neste sentido que Camponez, recorrendo a Orlando Raimundo, se refere a uma *proximidade psico-afetiva*, aquela que “integra valores como o sexo, a vida e a morte, a segurança, o dinheiro e o destino” (Camponez, 2002, p.117).

Seja qual for a perspetiva, a «proximidade mais próxima» (Camponez, 2002, p.118), isto é, a realidade geograficamente mais próxima fortemente aliada à proximidade social, é, para um jornal regional, “um dos fatores mais poderosos no momento de escolher notícias” ou temas para publicação (Fontcuberta, 1993, p.45).

Cabe ao jornal regional ou local, valorizado pela sua função comunitária mas também democrática⁴, dar relevo à vida “da cidade, ao mostrar problemas, acontecimentos, reivindicações e outras questões locais”, ao mesmo tempo que se transforma num “meio facilitador de cidadania” por, justamente, “tratar de temas diretamente relacionados com o

⁴ “Os artigos de opinião, que podem ser polémicos, servem ainda para lançar o debate público sobre questões que abordam, promovendo o diálogo e o intercâmbio de ideias, e são por isso fundamentais à democracia e ao exercício de uma cidadania consciente e responsável” (Gradim, 2000, p.18).

público”, permitindo, como esclarece Juliana Ribeiro, “que a população participe do desenvolvimento local”, na medida em que “reclama direitos políticos e administrativos, fiscalizando o poder público” (Ribeiro, 2005, p.47-48). Este tipo de conteúdos, que acabam por conciliar o interesse de cidadãos e órgão de comunicação local, bem como temáticas que evidenciam fortalezas e oportunidades regionais, pretendem alcançar a fidelização do público. É a este respeito que se fala de segmentação dos conteúdos e dos públicos, de vocação discursiva e intenção jornalística. A fidelização é tanto mais estimulada e concretizada quanto mais os assuntos tratados pelo jornal forem ao encontro das necessidades do seu público, isto é, veiculando opiniões, debates e polémicas sobre a realidade regional e local. E, ao mesmo tempo, revelando “conhecimento recíproco e partilhado pelos produtores e recetores quanto aos factos e realidades que servem de referentes para as mensagens jornalísticas” (Correia, 1998a, p.5).

A proximidade social abordada por Camponez sugere a ideia de interatividade regional ou ambição interativa do leitor pensada por Correia, esta relacionada com interesses quotidianos e problemas locais ocorridos e que merecem, no âmbito regional, visibilidade, logo publicação, para que possam ser discutidos ou solucionados:

“No caso das ambições interativas que se encontram por detrás dos *media* tratar-se-ia de fornecer mensagens que não fossem destinadas ao mero consumo de tempos vazios, mas que dissessem respeito à “própria vida” dos públicos, entendida esta “própria vida” como sua quotidianidade” (Correia, 1998a, p.6).

O jornal regional tem o dever de informar, em primeiro lugar, sobre aquilo que o rodeia, isto é, realidades próximas do lugar de implantação, em segundo lugar, sobre acontecimentos do país e, em terceiro, do mundo. Assuntos nacionais e internacionais adquirem importância na imprensa regional, sobretudo se os factos forem interpretados “à luz das vivências locais”. Além disso, interatividade pressupõe a ideia de participação. Quer dizer que esta relação “mais convival e calorosa”, entre jornal regional-local e cidadão, tem a capacidade de “manter e promover uma saudável vida democrática”, de permitir “a troca de ideias”, favorecer o “debate” e procurar “fazer com que os seus leitores se interessem pelo ambiente que os rodeia, por forma a levá-los a assumir uma atitude participante do ponto de vista social” (Camponez, 2002, p.121-122).

A relação de proximidade existente entre jornal regional e os seus públicos não tem limites geográficos. Pelo contrário. Uma das características, já apontada, deste tipo de imprensa é a de que funciona como elo de ligação com as comunidades, mesmo as mais longínquas de emigrantes. Estas manifestam tendencialmente interesse e curiosidade sobre a atualidade e novidade do lugar e seu país de origem. Portanto, «proporcionar aos emigrantes portugueses no estrangeiro informação geral sobre as suas comunidades de origem, fortalecendo laços entre eles e as respetivas localidades e região» é uma função específica da

imprensa regional (Estatuto da Imprensa Regional, 1988)⁵. Significa que as preocupações sociais e culturais, anseios e desesperos de uma população, bem como momentos de glória confinados a uma região, atravessam fronteira, como se de uma carta familiar se tratasse. Assim, alguns dos efeitos insinuados nas funções da imprensa regional, delineadas por Mathien (citado por Camponez), recaem quer sobre públicos próximos quer sobre públicos distantes, isto é, a residir dentro ou fora da dimensão social e geográfica de implantação de um jornal.

1.4.1. ...e Fontes de Informação Locais

Um dos aspetos que diferencia o jornalismo regional de outros é, como já foi referenciado, a questão da proximidade. Proximidade com o objeto, a informação propriamente dita, o público, a quem a informação se dirige, mas também com o sujeito ou fonte de informação (Izquierdo, 2010, p.105).

A relação, caracteristicamente direta e continuamente mantida, entre jornalista local e políticos, funcionários, polícia, comerciantes, empresários, populares, no fundo sempre as mesmas fontes de informação locais, tem tanto de positivo como de negativo, sobretudo porque se trata de uma relação que, por norma, assenta naquilo que Izquierdo chama de “binómio pessoal/profissional” (Izquierdo, 2010, p.108). Quer dizer que as fontes de informação e jornalistas locais tendem a estabelecer uma relação de tal forma próxima que, por vezes, existe dificuldade em distinguirem-se aspetos pessoais dos profissionais. Portanto, se por um lado, é um tipo de relacionamento benéfico por produzir um clima de confiança e consequentemente facilitar o fluxo e acesso à informação, esta à partida fiável já que quem a relata é alguém que o jornalista conhece muito bem, logo, deduz-se, uma fonte provida de honestidade/veracidade. Por outro lado, esta relação revela fragilidades que podem pôr em causa a seriedade e rigor do jornalista local, sobretudo se, perante uma relação de proximidade (amizade, “vizinhança”), o jornalista decidir adotar uma atitude crítica, refletidamente, mais moderada, revelando-se, deste modo, uma “presa fácil” para veicular informação enviesada (“*intoxicación informativa*”) (Izquierdo, 2010, p.109-110).

Concluindo, é certo que existem fontes de informação que abusam da relação de confiança, isto é, que se aproveitam dos jornalistas para apresentar apenas a informação que lhes é conveniente ou, no entender de Izquierdo, apresentar pontos de vista dotados de “meias verdades” ou “meias mentiras” (Izquierdo, 2010, p.109-111). Que estar mais próximo das fontes e conhecê-las não é sinónimo de aquisição de informação verídica. Pelo contrário. O jornalista não pode assegurar que nunca será enganado. E, finalmente, que no âmbito regional resta ao jornalista ser prudente e cuidadoso. “Preferir ser respeitado a estimado” (Gradim, 2000, p.35). Estar atento ao número - quantas mais pessoas ouvir melhor - e qualidade das fontes - o profissional de informação deve estar ciente de que as pessoas que trabalham ou participam ativamente numa instituição, por exemplo, dispõem de mais e

⁵ Estatuto da Imprensa Regional, disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/estado-portugues-estatuto-imprensa-regional.pdf>.

melhor informação que qualquer outro cidadão ou fonte de “confiança”. Esta é uma atitude crucial quando aquilo que se pretende é obter uma “informação plural” - aquela que diz respeito ou favorece o interesse da comunidade, em vez do da própria fonte (Izquierdo, 2010, p.111).

1.5. Jornalismo Regional, Interesse e Noticiabilidade

Jornalismo que é jornalismo, seja ele de que tipo for, identifica fragmentos de realidade, seleciona-os e hierarquiza-os por ordem de importância. Como tal, a regra aplica-se ao caso do jornalismo regional, um tipo de jornalismo de «nomes e apelidos» com «informação microscópica», tendencialmente “mais pluralista” - por, como refere M.F. Areal, “representar mais diretamente a sociedade, tanto as minorias como as maiorias, bem como todos os grupos ou entidades sociais que não têm acesso a outros espaços comunicacionais” (Areal citado por Camponez, 2002, p.121). Isto é, um tipo de informação que, como Ringlet referencia, não é nem de interesse público, nem de interesse privado (Ringlet citado por Camponez, p.120-121)⁶.

Num mundo cada vez mais uniforme, sem fronteiras, onde circula informação em quantidade e de todo o tipo, em “superabundância” como diz Mauro Wolf (1985, p.83), o jornal regional, local, de proximidade torna-se um importante meio de comunicação social, pela tarefa de informar o essencial às populações, comunidades em seu redor. É a este nível que se fala da noção de noticiabilidade, definida por Wolf como “o conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos” a noticiar, tendo, ainda, como “componente os valores de notícia” - news values - (Wolf, 1985, p.87), no fundo, qualidades que os acontecimentos possuem, capazes de os tornar suficientemente interessantes, significativos e relevantes, suscetíveis de publicação. São

“critérios de seleção dos elementos dignos de serem incluídos no produto final, desde o material disponível até à redação (...) e funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na preparação das notícias a apresentar” (Golding e Elliot citados por Wolf, 1985, p.87).

Além de Golding e Elliot muitos outros autores se debruçaram sobre a questão da noticiabilidade. Fraser Bond, J. Galtun e M. Ruge, Mar de Fontcuberta, Teun A. van Dijk, Manuel Piedrahita e Nuno Crato são apenas alguns dos que se dedicaram a observar e classificar fatores, de um modo geral semelhantes, que determinam a seleção dos acontecimentos por parte dos *gatekeepers*⁷. Critérios que no entender de Sousa “não são

⁶ Uma questão pertinente, realçada quando Ringlet argumenta: “Bem vistas as coisas, será que ela [a imprensa regional] trata da “vida pública”, ou desse lado da vida que já não é seguramente vida privada nem vida pública?” (Ringlet citado por Camponez, 2002, p.120-121).

⁷ *Gatekeeper* é aquele indivíduo que está numa posição estratégica para decidir o que é ou não notícia. A figura do editor é o mais óbvio *gatekeeper*, mas há outras. O próprio jornalista decide que dados utilizar nos artigos que escreve.

rígidos nem universais”, mas de “natureza equivocada, opaca e, por vezes, contraditória” e que tendem a “mudar ao longo do tempo (assuntos que há algum tempo não seriam notícia são-no hoje)” (Sousa, 2001, p.39). Trata-se sobretudo de critérios relacionados com o local onde ocorrem os acontecimentos (proximidade⁸); com a importância⁹, interesse¹⁰ e significância¹¹ destes em determinado contexto social e geográfico; com o momento em que decorrem os acontecimentos e situações (atualidade¹²); com a sua novidade, imprevisibilidade¹³, polémica¹⁴, estranheza¹⁵, emoção¹⁶, negatividade¹⁷; com a sua repercussão¹⁸, continuidade¹⁹ e consonância²⁰.

No âmbito regional, um jornal, defende Correia, impõe a própria região como valor-notícia:

“A região acaba por se impor como um valor-notícia em si que se impõe nos critérios de elaboração das notícias, de seleção dos factos e na inspiração dos editoriais. Nesse sentido há um universo de preocupações que têm a sua vivência discursiva no campo dos *media* regionais e que só ganha consistência para o comum dos cidadãos nessas publicações” (Correia, 1998b, p.7).

⁸ “Quanto mais próximo ocorrer um acontecimento, mais probabilidades tem de se tornar notícia. A proximidade pode assumir várias formas: geográfica, afetiva, cultural, etc.” (Sousa, 2001, p.39).

⁹ Segundo Wolf, e recorrendo a noções de autores como Gans, Galtung e Ruge, Golding e Elliot, a importância parece ser determinada por quatro fatores: “grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável, quer no que respeita às instituições governamentais, quer aos outros organismos e hierarquias sociais”; “impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional”, ou neste caso local; “quantidade de pessoas que o acontecimento envolve”; e a “relevância e significância do acontecimento quanto à evolução futura de uma determinada situação” (Wolf, 1985, p.89-91).

¹⁰ Para Wolf “o interesse da história está estreitamente ligado às imagens que os jornalistas têm do público e também ao valor-notícia que Golding e Elliot definem como «capacidade de entretenimento». São interessantes as notícias que procuram dar uma interpretação de um acontecimento baseada no aspeto do «interesse humano», do ponto de vista insólito, das pequenas curiosidades que atraem a atenção” (Wolf, 1985, p.92).

¹¹ “Quanto mais intenso ou relevante for um acontecimento, quantas mais pessoas estiverem envolvidas ou sofrerem consequências, quanto maior for a sua dimensão, mais probabilidades tem de se tornar notícia; além disso, quanto menos ambíguo for um acontecimento, mais probabilidades tem de se tornar notícia” (Sousa, 2001, p.40).

¹² “Quanto mais recente for um acontecimento, mais probabilidades tem de se tornar notícia” (Sousa, 2001, p.40-41).

¹³ “Quanto mais surpreendente for um acontecimento, mais hipóteses terá de se tornar notícia” (Sousa, 2001, p.40).

¹⁴ Manuel Piedrahita considera que “a polémica jornalística é um foco de atração dos leitores. Deve ser gerida com cautela, para não descambar no insulto, mas quando bem fundamentada é socialmente útil” (Piedrahita citado por Gradim, 2000, p.24).

¹⁵ Gradim refere que “o estranho, o insólito, bizarro, surpreendente, é sempre notícia porque atrai os leitores” (Gradim, 2000, p.24).

¹⁶ De acordo com Gradim “o interesse humano, as histórias que lidam com os sentimentos e emoções dos homens: grandes feitos, extraordinária coragem, sexo, corrupção, miséria, (...), possuem um poder de atração quase irresistível sobre os leitores (Gradim, 2000, p.24).

¹⁷ Galtung e Ruge pronunciam-se sobre o critério da negatividade. Para eles “quanto mais negativo, nas suas consequências, é um acontecimento, mais probabilidade tem de se transformar em notícia” (Wolf, 1985, p.92).

¹⁸ Para Gradim “uma notícia é importante quando as suas consequências se podem repercutir, a médio ou longo prazo, na vida dos leitores (Gradim, 2000, p.24).

¹⁹ Sousa refere que o conceito de continuidade está relacionado com a seguinte questão: “desenvolvimentos de acontecimentos já noticiados têm grandes probabilidades de se tornar notícia” (Sousa, 2001, p.24).

²⁰ “Quanto mais agendável for um acontecimento, quanto mais corresponder às expectativas e quanto mais o seu relato se adaptar ao *medium*, mais probabilidades tem de se tornar notícia (Sousa, 2001, p.40).

Quando van Dijk se refere aos valores-notícia enaltece também a questão da proximidade, neste caso local e ideológica. Para o autor são estas vertentes que dão ao jornalismo a possibilidade de perceber os contextos que determinam os valores-notícia, organizando, a partir daí, os elementos valorativos referidos. De acordo com o autor, “a proximidade ideológica resulta dos critérios gerais de consonância”, ao passo que “a proximidade local inclui a pressuposição de conhecimentos adquiridos, bem como a relevância: Sabemos mais sobre a nossa própria aldeia, cidade, país, continente, em parte pela nossa experiência direta e pelas comunicações informais das experiências de outros que conhecemos”. Por isso, continua o autor, “os acontecimentos que nos são mais próximos são melhor compreendidos”, pelo que também “proporcionam melhores temas de histórias para contar na conversação quotidiana” (Dijk, 1990, p.180).

A noção de van Dijk acaba por ser reforçada por Natalício Norberto quando diz que “também o leitor prefere ter conhecimento de um facto pequeno, mas próximo, do que outro, mais importante, porém, ocorrido a quilómetros de distância” (Norberto citado por Fernandes, s/d, p.6).

Capítulo II - Atividade do Cidadão “Jornalista” na Imprensa Regional e a proposta do Jornalismo Cívico

2.1. Cidadão “Jornalista” e Jornalismo Cívico, no âmbito da Imprensa Regional

É comum cidadãos - “indivíduos que pertencem a um estado livre, gozam dos seus direitos civis e políticos e estão sujeitos a todas as obrigações inerentes a essa condição”²¹ - escreverem e enviarem para determinado jornal a típica carta de leitor, onde podem expressar opiniões (favoráveis ou não) sobre diversos assuntos do seu interesse. Muitos deles, que não estão identificados como colaboradores ou correspondentes dentro de um jornal, participam voluntariamente e esporadicamente no processo de elaboração de notícias e, por vezes, outros géneros considerados jornalísticos. Isto é, produzem, sem obrigação, textos, recolhem sons e imagens para os ilustrar, sustentar. Conteúdos que, depois de enviados ou entregues a um jornal, podem ser seleccionados, aprofundados e publicados nas suas edições. Trata-se de um contacto que é estabelecido não só ao nível de jornais nacionais, e através de meios digitais, mas também de um contacto que o cidadão estabelece com a imprensa de carácter regional, num ambiente onde prevalece a questão da proximidade. Resta saber se se deve atribuir, a estes cidadãos, a designação de cidadão “jornalista” ou fonte de informação

²¹ Definição de cidadão no Dicionário da Língua Portuguesa da Porto Editora, disponível em <http://www.infopedia.pt/lingua-portuguesa/cidad%C3%A3o>.

local, uma discussão muito em voga. Ou se se trata apenas da prática de jornalismo cívico, neste caso em espaço regional.

Afinal o que distingue jornalistas profissionais e cidadãos “jornalistas”? O que faz com que a prática do “cidadão-fonte” se enquadre no âmbito do jornalismo cívico?

2.2. Distinção entre Jornalistas e Cidadãos

2.2.1. Trabalho do Jornalista, Ética e Deontologia

Jornalistas serem cidadãos é uma certeza. A incerteza surge quando indivíduos inseridos numa comunidade, sem qualquer formação na área do jornalismo, são chamados de “cidadãos jornalistas”. Poderá este cidadão “não profissional” ser, de facto, considerado jornalista?

Um aspeto em comum às duas atividades é, basicamente, o facto de que tanto o jornalista como este tipo de cidadão interventivo observam e, por vezes, descrevem determinado acontecimento, utilizando sobretudo, ou precisamente no âmbito da imprensa regional, o texto e a imagem fotográfica. As circunstâncias em que o fazem e a forma como o fazem é que é diferente. A começar pelo facto de que o jornalista, ao contrário deste cidadão e como refere o Estatuto do Jornalista Português, desempenha a profissão “como ocupação principal, permanente e remunerada”²²; mas também faz um uso de um discurso público - por um lado porque sabe que deve informar sobre o que é de interesse público (bem comum)²³ e, por outro lado, porque sabe que deve tratar temas acessíveis a todos, com uma linguagem exotérica; e pratica uma atividade comprometida com ideais de verdade e objetividade²⁴. Fidalgo ainda refere que

²² Estatuto do Jornalista Português, disponível em <http://www.ccpj.pt/legisdata/LgLei1de99de13deJaneiro.htm>.

²³ A propósito desta abordagem sobre a vertente pública do discurso jornalístico interessa referir que frequentemente a notícia vai ao encontro do interesse dos públicos, alimentando a sua curiosidade, sem ser propriamente do interesse público, ou seja, tratar assuntos do bem comum (Correia, 2011, p.38-39).

²⁴ A pureza destes objetivos, nomeadamente a objetividade, está sujeita a diversos constrangimentos: de ordem económica, empresarial, social e mesmo pessoal. Relativamente ao domínio da ação pessoal na produção noticiosa, fortemente associada ao conceito de *gatekeeping*, cabe salientar que a figura do editor é o mais óbvio *gatekeeper*, no entanto há outros, como o próprio jornalista que está em condições de decidir o que é ou não notícia, que define as fontes de informação e seleciona os dados que deve ou não utilizar num artigo. Evidenciando, portanto, toda uma lógica de influência pessoal na produção de notícias (Correia, 2011, p.81-84). Por outro lado, não há jornalistas totalmente objetivos. Por detrás da profissão de jornalista há um homem social. Quer dizer que, além de fatores relacionados com a ação pessoal, há constrangimentos sociais e, ainda, organizacionais que influenciam o modo como as notícias são feitas. Isto é, os jornalistas estão subordinados a empresas com fins lucrativos, linhas editoriais e modos de funcionamento particulares. Existem, ainda, rotinas de produção que derivam da socialização e integração do profissional na empresa, que fazem com que aquilo que escreve não seja totalmente isento, mas sim contextualizado numa cultura organizacional partilhada (Correia, 2011, p.84). A propósito da questão da objetividade Gradim refere que “as notícias não são espelhos rígidos e fieis dos fenómenos, mas construções metonímicas que se desenvolvem segundo formas de produção ritualizadas e passam por patamares diversos de seleção: das secretárias aos editores e chefias, passando pelos olhos, preconceitos, crenças e formação cultural dos jornalistas, para, no limite, produto pronto, terem de competir em visibilidade com todas as outras notícias do dia, submetendo-se ao

“a qualificação específica para se ser jornalista é o domínio de determinadas técnicas de aquisição e averiguação de notícias, de saber contextualizar a informação obtida, e a obediência a determinados princípios éticos para se orientar no terreno conflituoso do espaço mediático, onde concorrem múltiplos interesses (Fidalgo, 2009, p.5).

Assim, além de características exigidas, como a “perspicácia, vivacidade de espírito”, boa cultura geral, humildade suficiente para “se apagar” dos acontecimentos que relata (“*newsman is no news*”) e, ainda, “resistir a misturar factos com opiniões e, de alguma forma, manipular os leitores induzindo-os a retirarem determinado tipo de conclusões”, o jornalista, ao contrário do cidadão comum, tem responsabilidades especiais, relacionadas com o cumprimento de um código deontológico e princípios éticos que norteiam a sua atividade (Gradim, 2000, p.32-33). Quer dizer que o jornalista, tal como acontece com outras profissões, é autorregulado por um código deontológico, isto é, um documento composto por um conjunto de direitos e deveres (*deón*) que devem orientar a conduta dos próprios jornalistas. E, ao mesmo tempo, criar-lhes algumas limitações para que, no exercício das suas funções, não desvirtuem ou ofendam “os princípios, valores e comportamentos que regem a sociedade onde estão circunscritos” (Branco, s/d, p.86).

Segundo o documento que confere à comunicação social uma imagem de responsabilidade e do bem público, o jornalista deve: “relatar os factos com rigor e exatidão”; “combater a censura e o sensacionalismo”; “lutar contra as restrições no acesso às fontes de informação e tentativas de limitar a liberdade de expressão e o direito de informar”; “utilizar meios leais para obter informações, imagens ou documentos e proibir-se de abusar da boa fé de quem quer que seja”; identificar-se como jornalista, “assumir a responsabilidade por todos os seus trabalhos e atos profissionais e usar como critério fundamental a identificação das fontes”, ou então não revelar “fontes confidenciais de informação, nem desrespeitar os compromissos assumidos”; “salvaguardar a presunção da inocência dos arguidos até a sentença transitar em julgado”; não identificar “vítimas de crimes sexuais e delinquentes menores de idade” e “proibir-se de humilhar as pessoas ou perturbar a sua dor”; não deve dar um “tratamento discriminatório” a grupos minoritários (cor, raça, credos, nacionalidade e sexo); deve “respeitar a privacidade dos cidadãos exceto quando estiver em causa o interesse público”; e, por fim, o jornalista não deve “valer-se da sua condição para noticiar assuntos em que tenha interesse” (Gradim, 2000, p.117-118).

Portanto, falar de deontologia implica ter em foco alguns aspetos, como a intencionalidade do jornalista ao escrever notícias, que deve ser correta, isenta de interesses pessoais e independente de finalidades úteis ou convenientes. É a este respeito que se fala de ética em jornalismo, um discurso reflexivo acerca da natureza da intencionalidade e da finalidade da ação humana. A ética obriga no foro interno, pois cabe ao individuo (neste caso

espaço limitado do jornal, onde um anúncio de última hora pode significar peça no cesto dos papéis” (Gradim, 2000, p.20). Portanto, objetividade em jornalismo é uma ilusão. Não deve, no entanto, deixar de ser uma meta para o jornalista. “Um princípio regulador para o qual se deve tender, que se tentará respeitar” (Gradim, 2000, p.22).

o jornalista) decidir se deve ou não agir de acordo com orientações éticas, sob a pena de enfrentar a sua consciência. A respeito da ética e condutas deontológicas, Alberto Branco explica que

“os códigos deontológicos regem-se pelos princípios gerais da ética, entre os quais se salientam a defesa da verdade, a objetividade, o serviço ou o bem comum e o segredo profissional. Por outro lado, os direitos humanos, tais como o direito à intimidade e à vida privada, o direito à proteção da dignidade humana devem estar sempre no trabalho diário do profissional de informação” (Branco, s/d, p.89).

Regulamentar a atividade jornalística foi a forma que os *media* encontraram para “tranquilizar o público sobre o seu profissionalismo”, conferir confiança, “combinar a liberdade de imprensa e responsabilidade, liberdade de informação e limites” e, ainda, evitar a “intervenção regulamentar exterior, legal ou jurídica” (Branco, s/d, p.88-89). O que nem sempre acontece. É sabido que não existe cumprimento absoluto de todos os códigos deontológicos, por isso o jornalismo não é exceção à regra. Assim, se a ética obriga no foro interno, importa salientar que o direito obriga no foro externo, com consequências que afetam o indivíduo não na sua consciência, mas na sua liberdade, isto é, o direito estabelece normas e prevê sanções para os seus incumpridores.

2.2.2. Cidadão “Jornalista” na Imprensa Regional: Definição

2.2.2.1. Quem é o Cidadão “Jornalista”?

Uma vista de olhos pelo trabalho do jornalista, revestido de moralidade e éticidade, força, na sequência deste estudo, a definição do cidadão “não profissional” que alguns chamam, afinal, de jornalista. Inclusive Dan Gillmor, o mais acérrimo defensor do fenómeno, que afirma por diversas vezes, ao longo da sua obra *We the Media*: “Os meus leitores sabem mais do que eu”, sustentando, assim, a ideia de um jornalismo feito “pelo povo e para o povo”, portanto, de cidadãos para cidadãos (Gillmor citado por Moretzsohn, 2006, p.66-69). O autor vai mais longe. Acredita, ferverosamente, no emergir de uma nova era do jornalismo, caracterizada pela possibilidade de todos os cidadãos poderem assumir-se como fontes e mediadores de informação (como se em cada cidadão houvesse um potencial jornalista).

De facto, pode dizer-se que “sobre qualquer assunto há sempre algum leitor que, de uma maneira ou de outra, sabe mais que o jornalista que dá a notícia ou que pelo menos pode contribuir com informação adicional relevante para o assunto” (Fidalgo, 2009, p.2). Sylvia Moretzsohn exemplifica: “leitores de uma coluna especializada podem saber mais que o colunista, devido justamente à especialização do tema; fontes também são leitores, e sabem mais que o jornalista - exatamente por isso são fontes”. Mas, questiona, “se os leitores sabem mais que o jornalista, por que precisariam dele?”. Algures, e em jeito de conclusão, refere: “o público em geral necessariamente sabe menos, e se quiser informar-se precisará recorrer a algum meio confiável” (Moretzsohn, 2006, p.69).

Esta introdução ao tema revela, desde logo, que em redor do assunto existe a oposição entre “visões apaixonadas” e “visões que recusam aceitar este tipo de prática” levada a cabo por cidadãos considerados mais ativos e interventivos que meros recetores passivos; movidos por preocupações relativas à realidade social e ambiente que os rodeia; mais atentos e informados (interessados). No fundo, cidadãos participativos e colaboradores. Primeiro, porque comunicam, fazem saber, dão parte de algo ou alguma coisa; segundo, porque cooperam, de alguma forma, com o jornalista (Rodrigues, 2008, p.2).

De um modo geral, este cidadão “jornalista” é, como já referido, um individuo sem formação na área de jornalismo, mas que possui uma grande vontade de participar na esfera social, colaborando, por vezes, com determinado jornal através da entrega de conteúdos informativos, como o texto, a imagem e o som. Neles estão expressas, muitas vezes, novas perspetivas e informação que, de outra forma, não teria visibilidade na esfera pública (Marques, 2008, p.18). Num aspeto Gillmor pode ter razão. Esta prática, e a sua aceitação num meio informativo, permite “dar voz a pessoas que a não têm tido” (Gillmor citado por Rodrigues, 2008, p.3).

Geralmente, os acontecimentos observados pelos cidadãos, que se encontram, algumas vezes, no lugar certo à hora certa, erguendo nas mãos um telemóvel com câmara fotográfica²⁵, são descritos com maior liberdade, isto é, fogem a padrões aceites no jornalismo tradicional. Produzem, por exemplo, “notícias” sem lead e sem recorrer à regra da pirâmide invertida e relatam, frequentemente, os acontecimentos através da primeira pessoa (singular e, por vezes, plural). Uma situação que não é estranha já que se trata de cidadãos a quem não é exigida formação específica em jornalismo.

Num conjunto de definições sobre jornalismo participativo há uma genericamente bem aceite, a de Bowman e Willis :

“um ato de um cidadão ou grupo de cidadãos que têm um papel ativo no processo de recolha, análise, produção e distribuição de notícias e informações (Bowman e Willis, 2003, p.9).

Uma pesquisa detalhada em redor do assunto cidadão “jornalista” permitiu constatar que são muitos os autores que abordam a questão, mas ao nível da Internet, isto é, a atividade que este cidadão “não profissional” desenvolve na Web. É verdade que o espaço Web potencia e populariza o movimento do “jornalismo” do cidadão, não quer, no entanto, dizer que este só exista em ambiente virtual. Veículos de comunicação tradicionais, onde está incluída a imprensa local e regional, também abrem espaço ao movimento, na medida em que divulgam, muitas vezes, o que o seu público produz.

²⁵ A “revolução digital” impulsionou a prática do “jornalismo” do cidadão. Colocou nas mãos de um grande número de utilizadores aparelhos sofisticados, como telemóveis equipados com câmaras fotográficas ou câmaras de dimensões reduzidas. Portanto, “esta tecnologia, vulgarmente pensada como instrumento de entretenimento, revelou-se prestável na cobertura noticiosa de situações de crise imprevistas” (Ramos, 2006, p.16). Possibilitou a multiplicação de captação de material “noticiável” por parte do “não jornalista”.

2.2.2.2. Será, antes, Fonte de Informação?

Numa entrevista, Rodrigo Flores, o gerente geral de Notícias do UOL, expressa a seguinte opinião:

“Ele [o cidadão] contribui para a reportagem, ele não é repórter (...). Acho que o jornalismo muito dificilmente é feito sem a participação do público, mesmo passivamente. O que muda é que o cidadão passa a ser mais ativo diante desse processo. (...) Mas posso chamá-lo de fonte? Difícil. Em alguns casos sim, mas em outros ele é co-autor. Isso depende do grau de participação. Quando ele contribui com um depoimento, ele é fonte, ele conta o que aconteceu. Mas quando ele vai até ao local pautado por nós e produz uma foto, ele é co-autor” (Flores citado por Madureira, 2010, p.88).

A citação antecede a questão: Trata-se de um cidadão “jornalista” ou será, antes, uma fonte de informação? Na comunidade jornalística, o termo jornalismo participativo ou colaborativo é mais bem aceite que o de cidadão “jornalista”. Este último põe em causa o papel do verdadeiro jornalista. Na realidade, dá a ideia de que não há qualquer distinção entre cidadão “não jornalista” e jornalista profissional e informação que cada um transmite. É como se as duas atividades fossem, afinal, uma só. Para alguns autores este aspeto não passa de um equívoco e o cidadão, que se diz “jornalista”, é uma fonte de informação ou um “cidadão-fonte”:

“aquele que apenas abastece o noticiário de veículos de comunicação já existentes com matéria-prima bruta, normalmente flagrantes da realidade, para um trabalho jornalístico posterior de apuração e complemento de dados” (Madureira, 2010, p.53).

Francisco Madureira considera que o termo “cidadão-fonte” aplicado ao cidadão participante é mais adequado que cidadão “jornalista”. Explica que “o significado de reportagem só pode ser atribuído ao texto que foi produzido pelo jornalista” (Madureira, 2010, p. 53) e que os papéis, de um e outro indivíduo, não podem nem devem ser confundidos. Um ponto reforçado por Moretzsohn e Fidalgo quando afirmam:

“Não é por uma pessoa saber cozinhar uma refeição, por melhor que seja, que se torna num cozinheiro, ou por pintar uma parede que se torna um pintor, ou por substituir uma lâmpada ou reparar um interruptor que se torna num electricista” (Fidalgo, 2009, p.5)

Portanto,

“Deveria ser evidente: o jornalista é aquele profissional autorizado a estar onde o público não pode estar, e por isso tem direito ao acesso a fontes através das quais pode apurar as informações necessárias à sociedade” (Moretzsohn, 2006, p.69)

Cheila Marques defende a mesma posição. Para ela “não existe cidadão jornalístico [não faz qualquer sentido] mas sim cidadania para e da informação”, isto é, “uma nova forma de exercício da cidadania que incide nas formas de produção e difusão da informação e do conhecimento”. Assim, um cidadão que envia imagens e outros documentos para uma redação não é mais do que uma testemunha ou fonte de informação. A autora fortifica a conceção quando refere que o cidadão “não jornalista”, ao contrário do jornalista de profissão, “não

segue as normas legais e deontológicas, nem as regras formais na elaboração e difusão de informação”, além de que recorre, muitas vezes, à comunicação social para se informar e validar aquilo que produz (Marques, 2008, p.20).

2.2.2.3. Interação com o Jornal e o seu Público

Falar da atividade que voluntariamente o cidadão “jornalista” exerce implica fazer uma abordagem sobre as formas de interação que o mesmo utiliza para contactar o jornal onde quer ver publicados os conteúdos que produz, admitindo-se ainda a possibilidade de que poderá estar a relacionar-se, de alguma forma, com o público do jornal.

É sabido que grande parte da história humana se desenvolveu em contexto de interação face a face, isto é, num ambiente físico partilhado por um número de pessoas mais ou menos restrito, caracterizado por situações vividas dentro do mesmo espaço e ao mesmo tempo. Este é um aspeto reforçado por John B. Thompson quando profere as seguintes afirmações:

“As tradições orais dependiam para sobreviver de um contínuo processo de renovação, através de histórias contadas e atividades relatadas, em contexto de interação face a face. (...). As tradições eram também relativamente restritas em termos de alcance geográfico, pois a sua transmissão dependia da interação face a face e do deslocamento físico de um ambiente para outro” (Thompson, 1999, p.78).

Hoje, constata-se que esta realidade se alterou. Com o passar dos anos, décadas, surgiram avanços tecnológicos e informáticos que proporcionaram novas formas de interação e possibilitaram a comunicação, logo o relacionamento social entre indivíduos dispersos no espaço e no tempo, por exemplo, entre leitores e jornalistas geograficamente distantes. São mudanças tecnologicamente modernas e que, segundo Correia, fizeram com que “as trocas simbólicas, a ideia de partilha de saberes, o próprio exercício dialógico da racionalidade” já não possam “ser pensadas exclusivamente no âmbito da comunidade tradicional nem no âmbito de noção liberal e restrita de espaço público enquanto lugar de encontro de sujeitos letrados e dotados de racionalidade” (Correia, 1998c, p.151). Agora, todos podem participar no processo de comunicação, estejam em que lugar estiverem e para que lugar quiserem.

Em ambiente regional, o leitor no seu papel de cidadão “jornalista” ou “cidadão-fonte” e geralmente a residir perto ou na área de implantação do jornal, aproveita-se do tipo de interação face a face, deslocando-se pessoalmente, e do de interação mediada, por telefone e e-mail, para efetuar contacto com o “seu” órgão de comunicação. Poderá posteriormente, caso o jornal decida publicar o conteúdo que produziu, beneficiar de uma terceira relação, com o público do próprio veículo de informação.

Em suma, foi o desenvolvimento de novos meios de comunicação, ou novas redes de transmissão de informação atualmente utilizadas por qualquer cidadão, que levou Thompson a formular os três de tipos de interação social. Portanto, a “interação face a face”, a

“interação mediada” e a “quase-interação mediada” (*mediated quasi-interaction*). Prossegue-se a caracterização de cada uma das vertentes, importante na sequência do estudo:

A “interação face a face” realiza-se quando pessoas em presença umas das outras, ou situadas fisicamente num mesmo espaço e ao mesmo tempo, dialogam, permitindo que o fluxo de informação e comunicação adquira dois sentidos: se por um lado, o recetor da mensagem pode responder ao emissor, por outro lado, o emissor pode tornar-se recetor de mensagens. Este é um tipo de interação que envolve “deixas simbólicas” (Thompson, 1999, p.78), transmitidas verbalmente, mas intelectualmente interpretadas e mutuamente compreendidas. É aquilo que Correia chama de “troca simbólica (...) carregada de subentendidos que resultam da comunhão efetiva de um saber mutuamente partilhado” (Correia, 1998c, p.153). Quer dizer que, como afirma Giddens,

“em qualquer encontro face a face, o ator traz para a relação uma bagagem de conhecimentos do senso comum no qual tipifica o outro e é capaz de calcular a provável reação dele às suas ações e com ele sustentar uma comunicação” (Giddens citado por Correia, 1998c, p.131).

Quanto à “interação mediada”, ao contrário desta anterior, tem por base a utilização de meios técnicos e desenvolve-se através de conversas telefónicas ou correspondência eletrónica. Significa que as pessoas se relacionam, mas em contextos espaciais e temporais distintos. Outra característica é a de que o emissor não pode presumir que a sua mensagem será corretamente entendida. É por isso que Thompson fala de “um certo estreitamento na possibilidade de deixas simbólicas”. Exemplifica,

“a comunhão por meio da carta (...) priva os participantes de deixas associadas à presença física (gestos, expressões faciais, entoação, etc), enquanto outras dicas simbólicas (associadas à escrita) são acentuadas. (...) a comunicação por meio do telefone priva os participantes das deixas visuais associadas à interação face a face preservando e acentuando as deixas orais” (Thompson, 1999, p.79).

Thompson refere-se a uma terceira forma de interação, a “quase-interação mediada”. Trata-se de um conceito reservado para designar situações de relações sociais estabelecidas pelos meios de comunicação social, ou seja, relações que os jornais, a rádio e a televisão, por exemplo, estabelecem com o seu público. A “quase-interação mediada” distingue-se das outras formas de interação por dois motivos sintetizados por Thompson:

“Em primeiro lugar, os participantes de uma interação face a face ou de uma interação mediada são orientados para outros específicos, para quem eles produzem ações, afirmações, etc; mas no caso da quase-interação mediada, as formas simbólicas são produzidas para um número indefinido de recetores potenciais. Em segundo lugar, enquanto a interação face a face e a interação mediada são dialógicas, a quase-interação mediada é monológica, isto é, o fluxo de comunicação é predominantemente de sentido único” (Thompson, 1999, p.80).

Facilmente se percebe que o cidadão “jornalista” ou “cidadão-fonte” se relaciona com o jornal através da “interação face a face” ou “interação mediada”. No entanto, é

necessário compreender que, no contexto deste estudo, se considera que o cidadão “jornalista” só faz uso da “quase-interação mediada” porque consegue chegar ao público e informá-lo, mas com a ajuda do jornal que decide publicar os seus conteúdos.

2.2.3. Participação do Cidadão: Contributo e Riscos

2.2.3.1. Cidadão “Jornalista”, um Complemento ao Trabalho Jornalístico

O interesse sobre diversos acontecimentos, sociais e naturais, bem como a necessidade de comunicar, sempre existiu e é comum ao ser humano, jornalistas e “não jornalistas”. Apraz dizer que a participação do cidadão na atividade jornalística, não tão recente como avanço tecnológico faz parecer, trouxe consigo consequências positivas, sustentadas pelos defensores do “jornalismo” feito pelo cidadão.

Menos dependentes de dilemas éticos e sem preocupações (ou pressões) editoriais, publicitárias, económicas, políticas e religiosas, estes cidadãos contribuem para o panorama informativo. Expõem as suas opiniões e apresentam novas perspetivas sobre determinados assuntos. No fundo, abrem “espaço para outras formas de pensar, analisar e falar ou escrever sobre o mundo” (Castro citado por Dourado, s/d, p.10). Avançam com informação que, de outro modo, não teria visibilidade no espaço público e cobrem temas que “os *media* tradicionais não acham rentáveis” (Correia, s/d, p.5116), não abordam por falta de tempo ou espaço, mas que depois de apurados podem adquirir interesse. Trazem, como dizem Foschini e Taddei, “variedade ao mundo das notícias (Foschini e Taddei, 2006, p.16-17). Por estarem, muitas vezes, no lugar certo à hora certa os cidadãos “jornalistas” ou “cidadãos-fonte” “dão ao mundo testemunhos verídicos e emotivos de situações que fazem diariamente a história da humanidade”²⁶ (Marques, 2008, p.32), permitindo que o público aceda a acontecimentos inesperados. Dão voz a causas sociais, sobretudo em meios pequenos ou lugares regionais, e denunciam situações de pobreza, violência, repressão²⁷, entre outras, de forma a alertar os *media* e grupos políticos, proporcionando o debate e deliberação pública.

Inicialmente o papel ativo e pensante do público foi encarado pelo jornalismo tradicional como uma ameaça, como se de um concorrente se tratasse. Atualmente é comum autores pensarem na prática do jornalismo participativo como uma forma de complemento e enriquecimento do trabalho jornalístico e, ao mesmo tempo, uma forma de democratizar a sociedade²⁸. Como explicam Corrêa e Madureira, cidadãos e jornalistas “podem ser aliados em alguns pontos e podem estar em campos opostos em determinados temas e debates” (Corrêa e Madureira, 2010, p.18). Significa que o espírito crítico e participação do cidadão

²⁶ É exemplo a trágica queda do World Trade Center, no 11 de Setembro de 2001; os atentados a Londres, em Julho de 2005; o furacão Katrina que devastou o sudoeste dos EUA em 2005; o Tsunami que assolou as zonas costeiras do oceano Índico, entre outros.

²⁷ É exemplo a situação ocorrida em Setembro de 2007 no Mianmar. Os seus habitantes, que há muito sofriam a prepotência do governo, denunciaram o caso através de suportes tecnológicos.

²⁸ Uma sociedade onde todos podem assumir uma dupla função, a de recetores e emissores de informação.

não substitui o jornalista profissional nem reduz a sua importância social. Apenas impulsiona “incontornavelmente a sua redefinição e estabelecimento de fronteiras, a fim de manter a identidade profissional” (Ramos, 2006, p.21).

2.2.3.2. Deveres do Cidadão e o Problema da Credibilidade

É verdade que o cidadão sem formação específica na área do jornalismo está menos dependente de dilemas éticos e não tem de cumprir as regras deontológicas do jornalista. Não é obrigado a submeter-se às rotinas rígidas de produção nem às estruturas organizacionais das empresas dos *media*. Não tem de saber perguntar ou formular uma entrevista nem carrega a responsabilidade de ter que chegar o mais perto possível da verdade. Deve, no entanto, respeitar “códigos éticos e legais estabelecidos na sua sociedade”, caso contrário “corre o risco de responder legalmente pelas suas ações” (Marques, 2006, p.31-32). Segundo Foschini e Taddei “valem (...) para o universo do jornalismo cidadão as mesmas restrições legais que se aplicam a outros veículos de comunicação”, por isso, o cidadão participante deve “movimentar-se entre a liberdade de expressão e os limites impostos por lei” (Foschini e Taddei, 2006, p.35). Os autores exemplificam:

“Conteúdo racista ou que expresse preconceito religioso é considerado crime. Espalhar boatos, (...), divulgar dados confidenciais de pessoas ou empresas, usar logomarca alheia, fazer apologia ao crime, dar dicas como piratear serviços, transmitir informações sobre atividades ilegais também são” (Foschini e Taddei, 2006, p.35).

Quer dizer que o cidadão “jornalista” deve estar ciente de que é um elemento da sociedade com direito a participar, mas no seu melhoramento em vez de, intencionalmente, deturpar a realidade ou prejudicar terceiros em benefício de interesses pessoais. Também deve ouvir e estar atento aos dois lados de um assunto, fazer esforços para confirmar a veracidade da informação que recolhe (sem que isso coloque em perigo a sua vida ou segurança física), comparar dados oficiais com os dados de outras fontes, ter cuidado com o que escreve e abster-se de fazer acusações sem provas, atribuir nome às citações que utiliza e referir quando alguém “não quis dar declarações” e, ainda, respeitar, sempre, os direitos autorais (Foschini e Taddei, 2006, p.31-38). Conforme dizem Bowman e Willis, no seguimento da definição de jornalismo participativo, “o objetivo desta participação é oferecer a informação independente, fidedigna, variada, precisa e relevante que uma democracia requer” (Bowman e Willis, 2003, p.9).

Não fosse a definição duvidosa e a afirmação poderia ser perfeita. Tratar-se-á de facto de informação “independente”, “fidedigna”, “precisa” e “relevante”? As ideias positivas que circundam a participação do cidadão no jornalismo não descartam a possibilidade da crítica negativa, mas pertinente, levantada por alguns autores. Foque-se o termo “fidedigna”.

É exatamente por não seguir as normas deontológicas do jornalismo e as regras formais na elaboração da informação (muitas vezes inútil), por não estar sujeito a pressões e políticas empresariais, por produzir conteúdos que carecem de rigor e exatidão, por possuir um discurso com características de subjetividade, aparentando tratar-se de uma testemunha ou fonte de informação, que a atividade do cidadão “jornalista” é encarada com alguma desconfiança, não só pelos profissionais de jornalismo como também pela sociedade em geral, “habituada a esperar que o jornalismo seja o porta-voz do mundo real” (Brambilla, 2005, p.8). Falar de desconfiança remete obviamente para a questão da credibilidade, ou falta dela, e verificação da autenticidade da informação gerada por cidadãos.

De forma a evitar a banalização da informação e a desinformação social torna-se necessário o papel daquele que é o verdadeiro jornalista, dotado de formação, valores e práticas adquiridas ao longo da sua carreira. Este, com responsabilidades sociais, deve estar atento e verificar, antes da publicação, a veracidade de qualquer informação que o “cidadão anónimo” envie para a redação. Isto é, qualquer material que este cidadão entregue a um jornal deve ser submetido ao escrutínio profissional do jornalista, editor ou diretor. Cheila Marques não podia ser mais esclarecedora:

“É necessário filtrar a informação produzida pelos cidadãos para que o público tenha acesso a uma informação credível e bem redigida. Se tal não acontecer, estes indivíduos apenas contribuem para uma cacofonia geral da informação, porque muitas vezes ela é falsa e mistura-se com informações verídicas, tornando-se difícil distinguir o que é verdadeiro e o que é falso, o que é importante e o que é acessório” (Marques, 2008, p.20).

2.2.3.3. Tratamento do material dos Cidadãos: Responsabilidade jornalística em prol da Credibilidade

Toda a informação pertencente ao cidadão “jornalista” e entregue na redação de um jornal deve ser analisada, confirmada e editada pelos membros que a constituem. Portanto, os conteúdos produzidos por estes indivíduos “não jornalistas” devem passar por um processo de filtração, verificação e confirmação de veracidade antes da possível publicação num veículo de informação. O procedimento é uma mais-valia na medida em que confere uma tripla vantagem: assegura a credibilidade do órgão de comunicação que decide publicar o conteúdo, evita a desinformação das populações que depositam confiança no seu órgão de comunicação, informando-as corretamente, e contribui para a credibilização da atividade exercida por este cidadão “jornalista”.

O tratamento jornalístico que recai, obrigatoriamente, sobre o material produzido e enviado por cidadãos a uma redação depende de critérios de seleção, os mesmos que regem a atividade jornalística. Estes que determinam o que é ou não notícia, averiguados anteriormente, são vários, no entanto há autores que no contexto do jornalismo participativo e trabalho de apuração do material dos cidadãos por parte da redação valorizam apenas alguns. É o caso de Ethan Zuckerman e Eduardo Cintra Torres (citados por Marques, 2008,

p.32) que destacam, para estas situações, o critério da verdade. Para Torres “um facto em primeiro lugar tem de ter acontecido, e depois tem de ser avaliado segundo os critérios do jornalismo. Logo, publicar uma notícia falsa é “dar um tiro” no propósito da existência dos *media*”. Alzira Alves Abreu vai ao encontro da mesma ideia sobre a verdade, contudo considera importante, na seleção de conteúdos, aspetos como a qualidade e a objetividade (Marques, 2008, p.33).

Com conceções diferentes estão António Granado e Ana Brambilla. Para o primeiro o critério basilar de seleção “deve ser o bom senso” e o “bom gosto”, para a segunda o critério fulcral é o da proximidade, alegando que, como dizia Peter Burke, “a informação é como a água: quanto mais próxima da fonte, mais pura ela será”. A autora evoca ainda a questão da relevância informativa que um facto ou acontecimento tem para um determinado órgão de comunicação ou, como acrescenta Marques, para um determinado público (Marques, 2008, p.33).

Depois de selecionada ou filtrada a informação é necessário que esta passe pela fase de confirmação, a da edição e a da publicação. A segunda fase está relacionada com a comprovação dos factos e, logo, com a verificação da veracidade da informação e credibilização do veículo informativo. A terceira fase remete para a questão da adaptação do material que o cidadão enviou (texto, imagem ou som) à linguagem ou linha editorial do órgão de comunicação que recebeu a informação e, ainda, para a correção de erros de sintaxe ou semântica que possam existir. Marques realça, e bem, que o texto enviado “não tem necessariamente que ser uma notícia, pode ser apenas um material que serve como ponto de partida para uma investigação” (Marques, 2008, p.34). Finalmente a última fase, a da publicação. Se a informação apresentada for verídica o órgão de comunicação, conjugando a decisão com outros aspetos, publicá-la-á com maior facilidade, imputando responsabilidade ao cidadão, na medida em que o identifica, ou deve identificar, como autor da imagem ou texto, sem se esquecer, o órgão de comunicação, que também possui responsabilidade.

Para fechar este ponto importa focalizar mais uma vez que o cidadão que voluntariamente participa na atividade jornalística não é de facto um jornalista sem aspas. É sim um elemento social interessado na colaboração e que em algumas ocasiões contribui para o enriquecimento do jornalismo. Outra ideia que deve ficar é a de que o tratamento e averiguação da informação é algo essencial numa redação, trate-se de informação produzida por cidadãos comuns, ou leitores, ou por jornalistas de verdade. O procedimento, efetuado no seio de um órgão informativo, comporta a responsabilidade necessária para a subsistência da credibilidade. Marques conclui o tema da seguinte forma:

“É necessário tornar a informação clara e concisa, e isso só se consegue com um trabalho que tem contingências técnicas desde a investigação à publicação” (Marques, 2008, p.35).

2.3. Jornalismo Cívico: Cidadão no Processo de Agendamento e Deliberação Coletiva

Frequentemente confundido com o jornalismo feito “pelo povo para o povo” é o jornalismo cívico (Lambeth), também denominado jornalismo público (Jay Rosen e David Merritt), jornalismo de contacto comunitário e jornalismo de serviço público (Shepard), surgido nos finais da década de 1980 e inícios da de 1990, nos EUA, como consequência daquilo que Rosen chama “seis toques de alerta”:

“a queda da leitura e a incerteza publicitária (económico), a indefinição do lugar do jornalista num sistema de comunicação amplamente reconfigurado (tecnológico), a Imprensa como parte de uma classe política enfraquecida (político), as redações como espaço de inovação, democracia e diversidade limitadas (ocupacional), a ausência de uma visão afirmativa da vida pública (espiritual) e um vocabulário jornalístico empobrecido (intelectual) (Vicente, s/d, p.5-6).

Existem várias aceções para o termo jornalismo cívico. Uma delas é a de que contribui para a formação de um espaço público onde se encontram reunidos jornalistas e cidadãos, ou melhor, o jornalismo e a vida comunitária numa relação de codependência. Faz lembrar a esfera pública de que falava Habermas, onde todos os cidadãos se reuniam para debater a *res pública* (coisa pública)²⁹.

Antes de mais, este subtipo de jornalismo, útil para a investigação, diferencia-se daquele defendido por Gillmor por precisamente ser produzido e trabalhado por jornalistas profissionais, mas impulsionado pelas preferências temáticas dos cidadãos que participam no processo de agendamento mediático, propondo ou sugerindo, por iniciativa ou incentivo dos *media*, temas “cívicos” ou de interesse no seio de uma comunidade; e, ainda, pela característica apurada de ir ao encontro dos cidadãos, situar-se entre eles, escutar sistematicamente as suas histórias e ideias, versões e opiniões sobre diversos assuntos, empenhando-se, portanto, em “cobrir” aquilo que para eles importa.

Se para Merritt esta prática visa (re)conquistar o interesse das pessoas pela vida pública, para Mesquita a medida só se concretiza porque o jornalismo cívico se propõe a “substituir a natureza fragmentária das práticas tradicionais por uma nova atitude baseada numa maior atenção concedida a cada tema”. Isto é, “em vez de saltar de acontecimento para acontecimento”, o veículo de informação tende a focar e aprofundar, a longo prazo, matérias que são relevantes, de forma a despertar o interesse de uma comunidade, mas também a informá-la (através de uma linguagem e abordagens perceptíveis) e a levá-la a deliberar sobre questões da vida comunitária que podem ser discutidas, neste caso, com

²⁹ A esfera pública de Habermas nada mais é que um conjunto de pessoas privadas, burgueses do século XVII e XVIII, que reunidas (presencialmente) num público, num espaço homogéneo formulavam juízos críticos acerca do Estado, focando ainda interesses da população em geral, através de um círculo de leituras. A esfera pública burguesa, caracterizada por este filósofo, tinha um carácter potencialmente universal, na medida em que qualquer pessoa, independentemente do seu estatuto social e poder económico, podia participar nos debates.

conhecimento de causa (Mesquita, s/d, p.19). Como esclarece Camponez, “qualquer discussão só poderá fazer-se em torno de temas e premissas conhecidas” (Camponez, 2002, p.165).

No âmbito do jornalismo cívico praticado numa comunidade tem prioridade o tratamento de temas que informam os cidadãos sobre problemas locais ou, mesmo, públicos; temas que refletem a vida das pessoas, olhada para lá da superfície. Na verdade, o órgão de comunicação pretende ajudar o cidadão na resolução de problemas, além de que visa também estimular o debate público, contribuir para a melhoria da sua qualidade e utilidade, e, ainda, garantir um melhor funcionamento da vida democrática (Watine, 2003, p.231-232). Importa salientar o facto de que as práticas, ou técnicas de jornalismo cívico, estão claramente subordinadas ao objetivo central de fomentar a intervenção pública e apelar a participação cívica. Significa que, mais do que a missão de dar notícias, os *media* - jornalistas cívicos -, conscientes da sua responsabilidade social e compromisso de proximidade, procuram “auscultar” a opinião pública, “compreender quais são os centros de interesse e preocupação” dos cidadãos e saber que propostas têm eles para solucionar os problemas vigentes (Camponez, 2002, p.162-168). Esta prática torna-se possível já que, como explica Camponez,

“a ideia de criar a «agenda do cidadão» obriga a que os *media* invistam em técnicas destinadas a fazer essa inventariação de temáticas, recorrendo a sondagens de opinião, à audição de painéis, com pessoas representativas dos interesses locais, à formação de grupos de discussão, fóruns, entrevistas, etc”(Camponez, 2002, p.168).

Por outro lado, continua Camponez,

“para além de permitirem estabelecer os temas da agenda do cidadão, estas iniciativas têm outro efeito importante no jornalismo cívico: elas podem ser utilizadas para o desenvolvimento de consultas regulares entre os *media* e os cidadãos, nomeadamente para o reforço de um feedback que se pretende permanente. E esse feedback vai desde a abertura de espaços destinados à audição dos públicos sobre os mais variados temas até à discussão de projetos editoriais dos próprios *media*” (Camponez, 2002, p.168).

Rapidamente se conclui que se trata de um jornalismo que estabelece um vínculo mais forte com os cidadãos e se desenvolve numa relação de diálogo construtiva³⁰. De um jornalismo com a pretensão de formar cidadãos capazes de fazer escolhas conscientes, de reforçar o conceito de cidadania e salvaguardar o de democracia³¹. E, finalmente, de um

³⁰ Os promotores do jornalismo público defendem que o jornalista enquanto individuo social ativo, inserido numa sociedade democrática, deverá promover o “diálogo informado, marcado por padrões de racionalidade”. Logicamente que a concretização do debate público (democrático) exige uma pré-condição, a divulgação de informação (útil). Refere Gil Baptista Ferreira, com o intuito de refutar a afirmação (“o que a democracia requer é debate público, não informação”) de Christopher Lash, que “não sabemos aquilo que necessitamos de saber até colocarmos as questões certas; mas, por seu lado, apenas conseguimos identificar as questões certas se submetermos as nossas próprias ideias ao teste da controvérsia pública” (Ferreira, 2011, p.71).

³¹ ““O jornalismo público” baseia-se, principalmente, na premissa de que o jornalismo e democracia estão intrinsecamente ligados ou, mais precisamente, são mutuamente dependentes. Nesta medida, uma das ideias centrais do “jornalismo público” tem inerente a intenção de colocar os ideais da democracia deliberativa no âmago da prática do jornalismo, sendo parte do papel do jornalista a

jornalismo que estimula a interação entre “novos” produtores e “novos” consumidores de informação. “Novos” porque, segundo os defensores do jornalismo cívico, adotam uma “nova” postura: por um lado, “o público configura-se como ator na vida pública, intervindo aí de forma efetiva” (Silva, 2007, p.36), portanto, os leitores dos jornais são entendidos como cidadãos ativos, de “espírito inventivo e uma rica tradição de participação” (Camponez, 2002, p.173); por outro lado, “o jornalista não se resume à função de observador, situado no palco privilegiado das elites sociais, e passa a situar-se entre os cidadãos” (Vicente, s/d, p.6), nomeadamente entre aqueles que residem em comunidades locais, onde existem problemas e preocupações específicas relacionados, muitas vezes, com a educação, a violência, a segurança, no fundo a vida do bairro - este sim, um lugar privilegiado para o jornalista se localizar, por aí ser possível olhar mais de perto a realidade em que se vive e ter-se a posse de um contacto direto sobre os assuntos. Em jeito de conclusão, Cole Campbell, o diretor do «Virginian - Pilot» de Norfolk, não poderia ter escolhido melhores palavras para resumir o conceito de jornalismo cívico, através de três dimensões que, como diz, lhe dão sustentabilidade:

“o modelo do investigador que descobre e dá conta disso ao público; do narrador que mostra o que se passou; enfim, do promotor de diálogo, que é procurado, de forma particular, pelo jornalismo cívico e que entende o público não como um espectador [passivo] à espera que lhe sirvam a notícia pronta a consumir, mas como alguém que tem algo a dizer, a propor ou a partilhar” (Campbell citado por Camponez, 2002, p.173).

2.3.1. Nem Rutura com as formas tradicionais do jornalismo, nem total Liberdade

Desde que emergiu, o jornalismo cívico tem sido alvo de algumas críticas. Aqueles que o contestam defendem, basicamente, que os *media* ao quererem corresponder às expectativas dos cidadãos, aderindo às suas escolhas e preferências temáticas correm o risco de perder “gradualmente a sua independência” (Watine, 2003, p.236). Acreditam que a ligação (que consideram pejorativa) com os cidadãos faz com que estes possam, facilmente, “ditar” o que vai ou não ser publicado, influenciando ou limitando a agenda dos *media*. Explica Paulo Vicente, recorrendo à linha de pensamento de Jackson, que “limitar a cobertura jornalística a temas do agrado dos inquiridos - “o culto de uma ignorância assente na intuição” - fecha o leque de potenciais preocupações públicas” (Vicente, s/d, p.8). Por outro lado, estes autores, estão convictos de que “o jornalismo público encerra pedidos, na medida em que a sua ênfase nas pessoas “padrão” pode levar à exclusão ou denegrir pessoas das margens políticas e culturais”, quando, na verdade, “uma vida democrática é também uma vida de atenção aos que não podem participar na conversação (o estrangeiro, o idoso, a criança, o dissidente ou o analfabeto)” (Ferreira, 2011, p.73).

promoção do debate público - enquanto modo de promoção da própria democracia” (Ferreira, 2011, p.68). Diz Rosen que, conforme observou Carey, “uma vida democrática é uma vida com conversação, que quando um povo não se sente a fazer parte da conversação pública, quando não existe uma arena onde possa ser visto e escutado, ele retira-se procurando prazeres individuais” (Rosen, 1994, p.56).

Outros aspetos são referidos pelos menos adeptos do jornalismo cívico, e prendem-se com a questão da imparcialidade e objetividade jornalística, ou falta destas no exercício da profissão. A perspetiva é a de que os jornalistas cívicos ao aliarem-se à vida comunitária, situando-se entre os cidadãos e dando visibilidade à sua opinião, jamais conseguirão manter a neutralidade sobre diversos assuntos. Tomarão, inevitavelmente, partido de uma posição, pondo em causa a objetividade que há muito tempo faz mover o jornalismo (Watine, 2003, p.236). São pontos de vista sobre o jornalismo cívico que apontam para a ideia de rutura, nomeadamente com as formas tradicionais de conceber o jornalismo. Para Philippe Merland, diretor do magazine francês «Temp», trata-se, em primeiro lugar, de uma rutura “com a ideologia do dever de informar”; em segundo e terceiro lugar, com as noções de verdade - “nem toda a verdade deve ser dita” - e neutralidade - “assumir que a informação não é neutra”; e, em quarto lugar, de uma rutura relacionada com a função do jornalista, que passa de observador a inventivo (Merland citado por Camponez, 2002, p.172).

Rosen não hesita e mostra-se, claramente, contra a conceção de rutura. Para ele o jornalismo cívico não rompe com os princípios tradicionais e gerais do jornalismo, antes lhe acrescenta novos elementos com a finalidade “de aumentar a vida pública e fortalecer a cultura política” (Camponez, 2002, p.172-173). Outros estudiosos do jornalismo cívico ou, mesmo, jornalistas cívicos reagem às críticas. Defendem-se alegando que estão cientes dos seus limites, éticos, deontológicos e editoriais, para não pôr em causa a sua “independência” profissional e que o incentivo dirigido às pessoas no sentido de as tornar mais ativas na sua comunidade e de as envolver na vida pública nada tem a ver com uma atitude partidária, mas sim, e genericamente, com uma atenção especialmente voltada para a cidadania³², para o cultivo da deliberação e debate e, sobretudo, tem a ver com a defesa de um bom e mais justo funcionamento da democracia (Watine, 2003, p.237).

Na defesa da ideia de objetividade, atrás refutada, Rosen profere a seguinte afirmação: “É claro que ninguém consegue ser realmente objetivo. Mas tentamos agir com equidade” (Rosen, 1993, p.77). Significa que a objetividade, basicamente a teoria de como chegar à verdade, no contexto do jornalismo cívico deve ser entendida enquanto equidade, ou melhor, enquanto equilíbrio, a forma mais sensata de o jornalista procurar a justiça, neste caso, social no seio de uma democracia. Criar a impressão desse equilíbrio passa, precisamente, por o jornalista recolher posições contrárias, ditas extremas, e saber colocá-las, publicá-las, em conjunto, num terreno intermédio onde podem ser lidas, pensadas e discutidas democraticamente, no fundo pela via racional em vez de pela via da violência. “É por isto que a objetividade é importante”, conclui o autor. “Encoraja-nos a concordar com

³²No sentido em que o jornalismo cívico está mais “preocupado com um serviço de cidadania do que em prestar um serviço ao patrão, ao anunciante ou aos acionistas” (Camponez, 2002, p.176), a que tantas vezes se lhe dá voz. É preciso ouvir também o lado do cidadão, do “povo”, sem obviamente deixar de se ouvir as outras partes. As preferências temáticas dos cidadãos apenas orientam o trabalho do jornalismo cívico. Não significa que, depois, no tratamento de temas se foque um só lado.

algumas coisas para que possamos discordar de uma forma produtiva noutras coisas” (Rosen, 1993, p.77-80). É um conceito crucial para a credibilidade do jornalismo.

II PARTE - ESTUDO EMPÍRICO

Capítulo III - Metodologia e Desenho da Investigação

3.1. Tema, Problema e Hipóteses

Após a reunião de matérias relacionadas com a imprensa regional e a participação do cidadão no processo de agendamento jornalístico parte-se para a fase do estudo empírico e sua descrição. Como tal, “Conteúdos gerados por Leitores”, entregues ao *Jornal do Fundão* e selecionados para publicação, é genericamente o tema desenvolvido nesta investigação.

De modo a esclarecer, “Conteúdos gerados por Leitores” foi o termo utilizado para abarcar “Textos” (considerados notícias, breve, textos de opinião, crónicas, entrevista e cartas de leitor), “Informações”, “Sugestões de Temas” e “Pedidos de Esclarecimento”, com ou sem recurso a imagem, que os leitores ou enviaram para o *Jornal do Fundão* através do correio eletrónico, ou entregaram pessoalmente na redação ou transmitiram telefonicamente, e que o Jornal facultou para o estudo. “Leitores”, outro conceito, refere-se aos indivíduos, cidadãos, que geralmente formam o público do *Jornal do Fundão* e o contactam para entregar algum tipo de “Conteúdo”. Do estudo, e deste conceito de leitores, excluíram-se colaboradores e correspondentes do Jornal e, ainda, figuras públicas e outras pessoas que, além de possuírem um estatuto social elevado, conhecido dentro do Jornal, têm uma relação de grande proximidade (familiares e amigos) com o Diretor Fernando Paulouro, por exemplo. Faz parte do objetivo do estudo verificar o que leva as pessoas, sobretudo aquelas que estão fora dessa esfera de familiaridade, a contactar voluntariamente o *Jornal do Fundão*. Comunicados de imprensa também não são parte do estudo.

O trabalho de investigação partiu da seguinte questão: Sabendo-se que o *Jornal do Fundão* recebe semanalmente algum “Conteúdo gerado por Leitores”, através de diferentes meios, e que a sua publicação depende de um processo de seleção, que temas recebe o *Jornal do Fundão*, quais opta por publicar e que destaque decide dar-lhes nas edições? Importa referir, separadamente, as questões que anteciparam a definição do problema, mas também dos objetivos e estratégias de investigação: Os “Conteúdos gerados por Leitores” chegam ao *Jornal do Fundão* através de que meio? Correio eletrónico, telefone ou deslocação pessoal? Que tipo de “Conteúdos” e temas recebe o *Jornal do Fundão*? Será que o *Jornal do Fundão* publica a maior parte dos “Conteúdos” entregues pelos leitores? Por outro lado, que temas publica e que destaque lhes dá? Para responder às questões e levar a cabo a investigação determinaram-se as seguintes hipóteses de trabalho:

H1: Com as potencialidades associadas à Internet os leitores preferem contactar o *Jornal do Fundão* através de e-mail/correio eletrónico;

H2: Interessados na atualidade do país, os leitores que contactam o *Jornal do Fundão* entregam sobretudo assuntos de interesse público e com temáticas como política, economia e sociedade;

H3: O *Jornal do Fundão* publica os temas dos leitores sobretudo relacionados com acontecimentos que ocorrem na zona de influência do Jornal (valor de proximidade), optando, ainda, por não lhes dar destaque significativo, na primeira página e interior do Jornal.

3.2. Métodos e Técnicas

Delinear a metodologia da investigação foi necessário para a execução do estudo. Uma vez que este se debruçou sobre dois momentos de análise - receção dos “Conteúdos gerados por Leitores” e publicação dos mesmos - e sobre o meio que as pessoas utilizam, ou utilizaram, para efetuar contacto com o *Jornal do Fundão* - correio eletrónico, deslocação pessoal e telefone - procedeu-se à feitura de duas grelhas, cada uma referente a um momento de análise e as duas grelhas aplicadas, separadamente, a cada um dos meios utilizados para estabelecer contacto com o Jornal. Quer dizer que não houve mistura de dados. Aqueles referentes aos e-mails foram para grelhas sobre os e-mails e a referente à deslocação pessoal para grelhas sobre deslocação pessoal, e com os mesmos tópicos de análise.

O período de recolha de dados começou na última semana de Novembro de 2011, dia 22, e terminou a 31 de Janeiro de 2012³³. Já a fase de verificação dos dados que o *Jornal do Fundão* selecionou para publicação decorreu nos meses de Dezembro (2011), Janeiro e Fevereiro (2012)³⁴.

A análise do discurso, uma técnica qualitativa, encontra-se neste estudo, mas não de uma forma “pesada” e demasiado textual. Apresenta-se ao lado da análise quantitativa dos resultados. O recurso às grelhas referidas e depois o tratamento estatístico e consequente análise quantitativa permitiu tirar conclusões de nível qualitativo. Portanto, indicadores ou variáveis presentes nas grelhas pressupõem, além de uma análise quantitativa, uma análise qualitativa do discurso, sobretudo, e no contexto deste trabalho, variáveis relacionadas com a identificação e separação dos diferentes “Conteúdos gerados por Leitores”, e dentro destes a identificação e separação de vários géneros de texto; com o envolvimento do autor do texto nos acontecimentos que quer publicar; com a identificação da temática e subtemática, do contexto do espaço geográfico, do interesse informativo e critérios de noticiabilidade presentes nos textos; e mesmo com a constatação de alteração de género de “Textos”, na fase da publicação, ou transformação de “Informações” e “Sugestões” em género. Em suma, é parte desta análise (quantitativa) um estudo focado nas estruturas textuais (semântica ou temática) dos próprios textos (conteúdo global do texto).

³³ O acesso aos dados entregues na última semana de Novembro tornou-se útil para que posteriormente se pudesse verificar o que, dessa informação, foi aproveitado e publicado na primeira edição de Dezembro ou edições seguintes.

³⁴ Fevereiro foi um mês introduzido nesta fase para que se pudesse ter um conhecimento mais preciso acerca dos “Textos”, “Informações” e “Sugestões de Temas” recebidos, sobretudo no final de Janeiro, e publicados.

Procedeu-se, ainda, à utilização de uma técnica quantitativa, o inquérito por questionário. Este, tal como as grelhas, permitiu obter dados quantificáveis, trabalhados estatisticamente. Portanto, às pessoas que por iniciativa contactaram o *Jornal do Fundão* através de e-mail ou de modo direto e pessoal, desde a última semana de Novembro de 2011, dia 22, até Janeiro de 2012, dia 31, foi-lhes enviado por e-mail ou entregue pessoalmente um questionário para preencher. As pessoas que contactaram o *Jornal do Fundão* por e-mail receberam um questionário por e-mail, que permaneceu ativo até ao final de Fevereiro, e as pessoas que se deslocaram até ao *Jornal do Fundão* receberam o mesmo questionário, mas impresso, para preencher e entregar no momento.

A última semana de Novembro de 2011 (a partir de dia 22), o mês de Dezembro, Janeiro de 2012 e a primeira semana de Fevereiro (até dia 2) foi o período de tempo estipulado para enviar por e-mail ou entregar pessoalmente os questionários. Estes, constituídos por 14 perguntas, foram elaborados com o intuito de caracterizar, em termos de idade, sexo, local de residência e profissão, o grupo de pessoas que contacta, ou contactou, o *Jornal do Fundão*.

A observação direta (*field observation*), uma técnica considerada qualitativa, está presente em vários momentos da investigação, nomeadamente na fase de recolha de dados e verificação do que foi ou não publicado. A permanência no local de investigação, neste caso através do estúdio, proporcionou a vantagem da participação e observação dos fenómenos em primeira mão e no seu ambiente natural. A presença no *Jornal do Fundão* possibilitou aceder, com a autorização do Coordenador, aos e-mails enviados para o computador da redação (e-mail da redação), selecionando os dados importantes para o desenvolvimento do estudo; pedir aos elementos da redação o reencaminhamento de e-mails úteis; questioná-los imediatamente perante qualquer dúvida, relacionada com entrega e publicação de “Conteúdos”; e permitiu identificar os leitores que se deslocaram à redação com o intuito de entregar, para publicação, algum tipo de “Conteúdos” e abordá-los diretamente para o preenchimento do questionário.

3.3. Corpus de Análise

A investigação desenvolvida centrou-se numa população de análise constituída pela totalidade dos “Conteúdos gerados por Leitores” recolhidos e facultados (pelo *Jornal do Fundão*) para o estudo, isto é, o total de “Textos”, “Informações”, “Sugestões de Temas” e “Pedidos de Esclarecimento” que os “Leitores” enviaram por correio eletrónico, entregaram de modo direto e pessoal no Jornal ou transmitiram telefonicamente, desde a última semana de Novembro de 2011 (a partir de dia 22) até Janeiro de 2012, dia 31, ao *Jornal do Fundão*. Os dados recolhidos e facultados pelo *Jornal do Fundão* encontram-se na seguinte tabela:

Meio de Contacto	"Conteúdos gerados por Leitores"				Total
	"Textos/Pedido de Publicação"	"Informações/ Pedido de Publicação"	"Sugestão de Temas"	"Pedido de Esclarecimento"	
Correio Eletrónico	114	26	6	2	148
%	71,3	16,3	3,8	1,3	92,5
Deslocação Pessoal	7	1	3	0	11
%	4,4	0,6	1,9	0,0	6,9
Telefone	0	0	1	0	1
%	0,0	0,0	0,6	0,0	0,6
Total	121	27	10	2	160
%	75,6	16,9	6,3	1,3	100,0

No total contam-se 160 "Conteúdos gerados por Leitores", enviados, entregues ou transmitidos por 97 pessoas (88 efetuaram o contacto por e-mail, oito por deslocação pessoal e uma por telefone). A estas pessoas, ou leitores, se dirigiu o questionário por inquérito, obtendo-se, no total, 70 respostas (64 dos questionários respondidos pertencem às pessoas que efetuaram o contacto por e-mail e seis questionários pertencem àquelas que estabeleceram contacto deslocando-se pessoalmente ao *Jornal do Fundão*). Ainda fez parte da investigação averiguar quais destes dados, enviados, entregues e transmitidos, foram publicados nas edições do Jornal e sob a forma de que género textual, nos meses de Dezembro (2011), Janeiro e Fevereiro (2012). A seguinte tabela mostra, sem evidenciar para já as alterações de géneros ou transformação de "Informações" e "Sugestões" em género, o género dos textos publicados e que foram objeto de análise:

Meio de Contacto	Género dos Textos Publicados							Total
	Notícia	Breve	Texto de Opinião	Crónica	Entrevista	Reportagem	Cartas de Leitor	
Correio Eletrónico	38	1	2	2	1	1	17	62
%	55,1	1,4	2,9	2,9	1,4	1,4	24,6	89,9
Deslocação Pessoal	4	0	0	2	0	0	1	7
%	5,8	0,0	0,0	2,9	0,0	0,0	1,4	10,1
Telefone	0	0	0	0	0	0	0	0
%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	42	1	2	4	1	1	18	69
%	60,9	1,4	2,9	5,8	1,4	1,4	26,1	100,0

3.4. Tópicos de Análise: Momento de Receção da Informação

A análise sobre os dados enviados por e-mail, entregues pessoalmente no *Jornal do Fundão* e transmitidos telefonicamente, bem como o apuramento de resultados significativos, dependeu da elaboração de uma grelha com diversos tópicos ou variáveis de análise. Estas resultaram da ponderação aliada ao contacto direto com os dados, chegados à redação do

Jornal durante a última semana de Novembro (2011), Dezembro e Janeiro (2012), constituídos por elementos observáveis. São eles:

Género (M/F):

O “masculino” e o “feminino” pôde observar-se através da assinatura que as pessoas que contactaram o *Jornal do Fundão* deixaram nos textos ou através do seu nome de e-mail (por exemplo: maria@hotmail.com ou josé@sapo.pt). Também a deslocação das pessoas ao Jornal, assim como os telefonemas efetuados, permitiu verificar (aparência, voz e nome - observação direta) se se estava perante um homem ou uma mulher. Este indicador permitiu concluir se o *Jornal do Fundão* é contactado por mais pessoas do sexo masculino ou do sexo feminino.

Número de Contactos por Pessoa e Data de Contacto:

O número de contactos por pessoa permitiu, além de contabilizar o número total de contactos efetuados desde a última semana de Novembro, dia 22, até 31 de Janeiro, verificar, em média, quantas vezes a mesma pessoa contactou o *Jornal do Fundão*. Já o apontamento da data de contacto possibilitou verificar em que mês e em que dia da semana se efetuaram, ou efetuam, mais contactos com o *Jornal do Fundão*.

Destinatário ou Recetor da Informação:

Esta variável permitiu verificar a quem se dirigem as pessoas sempre que contactam, quer por e-mail, quer por deslocação pessoal ou telefone, o *Jornal do Fundão*. O contacto com o Jornal é estabelecido através do e-mail de quem da redação? Perante a deslocação pessoal, a quem se dirigem as pessoas, ou o leitor, para entregar ou transmitir algum tipo de “Conteúdos”? A quem se dirigem também os telefonemas?

“Conteúdos gerados por Leitores”:

O *Jornal do Fundão* recebeu, desde a última semana de Novembro, dia 22, até 31 de Janeiro, informação diversificada. Para melhor a classificar e distinguir criaram-se as subcategorias dos diferentes “Conteúdos gerados por Leitores”: “Textos/Pedido de Publicação” foi a subcategoria utilizada para, depois de alguma reflexão e às vezes em conjunto com o Coordenador da redação, introduzir textos identificados como *Notícias, Breves, Crónicas, Textos de Opinião, Entrevistas e Cartas de Leitor* (por se assemelharem ao género textual), entregues para publicação; “Informações/Pedido de Publicação” foi a subcategoria criada para introduzir quaisquer informações entregues, não sob a forma de um texto formulado e pronto a ser publicado, mas com o intuito de serem investigadas, confirmadas, aprofundadas e, de alguma forma, publicadas pela redação; “Sugestão de Temas” foi a subcategoria criada para inserir os temas que as pessoas indicaram (sugerindo) para publicação, através de um pedido mais formal; e “Pedido de Esclarecimento” foi, como

o nome indica, a categoria onde se encaixaram pedidos de explicação dirigidos ao *Jornal do Fundão*, referentes a textos entregues mas não publicados e relacionados com falhas de informação nas edições do Jornal.

Temática e Subtemática:

Um dos aspetos observados durante a recolha de dados, e para melhor os caracterizar, foi a temática e subtemática presente nos diferentes “Conteúdos gerados por Leitores”. Cada um dos assuntos, entregues ou transmitidos ao *Jornal do Fundão*, foi introduzido numa das seguintes categorias: *Cultura, Sociedade, Ensino, Saúde, Ciência, Política, Economia, Ambiente, Desporto e Polícia/Justiça*. Uma vez que a temática permite caracterizar a informação, mas de uma forma genérica, criaram-se subtemáticas em cada temática. Estas foram formadas consoante o tema específico existente. Assim, um texto sobre a apresentação de um espetáculo musical ou uma peça de teatro inseriu-se na temática “Cultura” e a sua subtemática é “Música” ou “Teatro”.

Espaço Geográfico e o seu Contexto:

Saber onde ocorreram os acontecimentos retratados nos “Textos”, entregues ao *Jornal do Fundão*, foi outro aspeto a ter em conta. A existência do *Espaço Geográfico* pôde ainda ser observada nas “Informações”, “Sugestões de Tema” e até “Pedidos de Esclarecimento”. Além do *Espaço Geográfico*, presente nos vários tipos de “Conteúdos gerados por Leitores”, verificou-se também em que *Contexto* aparece determinado espaço geográfico ou assunto, se num âmbito *Regional*³⁵, *Nacional*³⁶, *Internacional*³⁷ ou *Mundo*³⁸. Neste trabalho, *Mundo* foi a categoria utilizada para inserir os textos que chegaram à redação do *Jornal do Fundão* sem um espaço geográfico definido, transmitindo, por vezes, uma opinião pessoal ou mesmo uma mensagem “universal”.

Interesse Informativo e Envolvimento do Leitor nos Acontecimentos:

O *Interesse Informativo* dos “Textos”, “Informações”, “Sugestões de Temas”, e até “Pedidos de Esclarecimento”, foi outro aspeto observado na fase de recolha de dados. Os diferentes “Conteúdos gerados por Leitores” são de “*Interesse Público*”, “*Privado*” ou “*Semi-Público-Privado*”? Por informação de “*Interesse Público*” entende-se tudo aquilo que diz respeito a um maior número de indivíduos, isto é, tudo aquilo que é mais benéfico ou nefasto para a maioria das pessoas; toda a informação que é útil para esclarecer os cidadãos de escolhas relativas a uma diversidade de áreas, quer de cariz social, política, económica, religiosa, entre outras; tudo o que favorece a participação na vida democrática e que diz

³⁵ Por exemplo, a apresentação de um livro na Covilhã ou provas de atletismo no Fundão.

³⁶ Por exemplo, a crise e o desemprego em Portugal.

³⁷ Por exemplo, o bloqueio do envio de remessas para Portugal, provenientes de emigrantes portugueses a residir na Alemanha ou França ou o encerramento do Consulado de Portugal em Lille, norte de França.

³⁸ Por exemplo, falar de valores morais/sociais ou sobre a noção de família, e os elementos que a devem constituir (um texto que expressa uma opinião pessoal que pode ser lida pelas pessoas em geral, concordem ou não).

respeito ao funcionamento das instituições públicas, à utilização de verbas públicas, por exemplo. Em suma, todos os acontecimentos, assuntos e situações suscetíveis de serem conhecidos por todos, pela sociedade em geral (por exemplo, uma matéria sobre medidas de austeridade para Portugal). Já o “*Interesse Privado*” refere-se ao interesse individual de cada cidadão (por exemplo, utilizar um texto para felicitar alguém pela apresentação de um trabalho). Finalmente, o *Interesse “Semi-Público-Privado”* foi uma subcategoria criada para introduzir todos os “Textos”, “Informações”, “Sugestões”, e mesmo “Pedidos de Esclarecimento”, de certo modo privados, mas com alguma repercussão pública (por exemplo, um espetador da peça “Volfrâmio” escrever uma carta de leitor a mostrar, e reforçar, o seu agrado pelo evento e, ao mesmo tempo, apelar as entidades autárquicas da Cova da Beira para que apoiem e possibilitem a apresentação do teatro nas aldeias dos concelhos) ou que não são nem de “*Interesse Privado*” ou “*Público*”. Para melhor definir o tipo de “Conteúdos” entregues ao *Jornal do Fundão*, acabou ainda por verificar-se outro aspeto: o envolvimento do autor do contacto nos acontecimentos que quer ver publicados. Escreverá sobre si e sobre o seu trabalho? Querará ver-se, de alguma forma, retratado nas edições do Jornal?

Imagem:

Na fase de recolha de dados observou-se, também, se os “Conteúdos gerados por Leitores” foram entregues ao *Jornal do Fundão* com algum tipo de imagem. Este foi um dado importante para posteriormente, no momento da publicação dos textos, se verificar se as imagens entregues foram ou não publicadas.

Género dos “Textos”:

Nem todos os “Textos” entregues ao *Jornal do Fundão* estavam devidamente identificados no seu género, por isso se criou a variável *Género dos “Textos”*. Este indicador permitiu confirmar ou determinar, consoante as características de cada texto, o género dos “Textos” que chegaram ao *Jornal do Fundão*. Apesar de se tratar de leitores ou, supõe-se, cidadãos “não jornalistas” que voluntariamente participam no processo de agendamento, encontraram-se textos com um estilo semelhante ao das *Notícias*, *Breve*, *Textos de Opinião*, *Crónicas*, *Entrevista* e *Cartas de Leitor*. Deste modo, e para melhor classificar o género dos textos recolhidos, utilizaram-se as tradicionais definições dos géneros jornalísticos, apresentadas por Anabela Gradim no seu *Manual de Jornalismo* (Gradim, 2000) e Jorge Pedro Sousa em *Elementos de Jornalismo Impresso* (Sousa, 2001):

A *Notícia*, um discurso sobre um acontecimento que prima pela veracidade, atualidade e capacidade de interessar, é como referiu Jorge Pedro Sousa “o género básico do jornalismo” (Sousa, 2001, p. 232). Citando Gradim, as notícias são “textos eminentemente informativos, relativamente curtos, claros, diretos, concisos e elaborados segundo regras de

codificação bem determinadas: título, lead, subtítulo, construção por blocos, e em forma de pirâmide invertida” (Gradim, 2000, p. 57).

A *Breve* é um texto informativo de pequena dimensão. No fundo o lead de uma notícia, caracterizado por dispor de informação rápida, mas necessária, e conteúdo pouco desenvolvido.

Num *Texto de Opinião* o autor expõe pontos de vista pessoais (subjetivos e fundamentados) acerca de um tema do seu interesse, e muitas vezes recorrendo a um discurso carregado de ironia e humor. O objetivo deste tipo de textos é como refere Gradim “afirmar determinadas posições pessoais, aduzindo argumentos a esse favor, e levar os outros a aderirem a tais teses ou conclusões” (Gradim, 2000, p. 95).

A *Crónica* é um texto de “leitura fácil e agradável” que se debruça sobre acontecimentos ou assuntos da atualidade, histórias e factos curiosos do quotidiano (Gradim, 2000, p. 97). A finalidade deste texto não é, como acontece no texto de opinião, convencer ou persuadir, mas informar ao mesmo tempo que distrai, descontraí.

A *Entrevista* de pergunta-resposta resume-se a uma forma de diálogo que se desenvolve, “através de uma sequência de perguntas e respostas, segmentadas, se necessário, em blocos temáticos”, entre duas ou mais pessoas, por norma entre o jornalista/entrevistador e o entrevistado ou entrevistados (Sousa, 2001, p. 235).

A *Carta de Leitor* é um género de texto diferente daqueles até agora abordados. A secção *Cartas*, neste caso do *Jornal do Fundão*, é um espaço de reflexão destinado aos leitores, funcionando, ao mesmo tempo, como uma espécie de arena para a discussão pública. A carta de leitor propriamente dita é, como o nome indica, o género de texto ou o veículo utilizado pelos leitores para expressar as suas opiniões (favoráveis ou não) sobre assuntos do seu interesse. É comum encontrar-se neste género textual um discurso de crítica e denúncia, por vezes sugerindo algum tipo de melhoria, e um discurso que expressa elogios sobre determinada matéria. Em suma, “as cartas dos leitores podem ser comumente descritas como um meio através do qual os leitores têm voz sobre os mais diversos temas, constituindo-se como um dos lugares do jornal onde o cidadão tem a oportunidade de se expressar” (Silva, 2008, p. 1).

Título, Lead e Assinatura:

Quantos “Textos/Pedido de Publicação” possuíam *Título* e *Lead* no momento em que foram entregues ao *Jornal do Fundão*? Quantos estavam assinados e quantos não estavam? Também a observação destes aspetos, durante o período de receção de dados, se tornou importante para posteriormente, no momento da publicação dos textos, se verificar se os títulos, leads e assinaturas dos leitores se mantiveram ou alteraram.

3.4.1. Tópicos de Análise: Momento de Publicação da Informação

Além da grelha de análise utilizada durante a receção de dados foi criada outra grelha, com variáveis de análise semelhantes e disposta ao lado da primeira, mas referente à informação publicada nas edições do Jornal, nos meses de Dezembro (2011), Janeiro e Fevereiro (2012). Resumidamente, esta grelha permitiu verificar que “Textos”, “Informações” e “Sugestões de Tema” foram selecionadas para publicação e, ainda, sob a forma de que género, em que mês, com que destaque, com que título, lead, (corpo de) texto, imagem e assinatura. Portanto, da grelha fizeram parte os seguintes indicadores:

Género do Texto e Mês de Publicação:

O indicador *Género do Texto* permitiu verificar se os “Textos” selecionados para publicação mantiveram, quando publicados, o seu género inicial (identificado) e, além disso, verificar através de que género se publicaram “Informações” e “Sugestões de Tema”, as selecionadas para publicação nas edições do *Jornal do Fundão*. Este dado possibilitou, ao mesmo tempo, apurar o número de textos e géneros publicados, neste caso 42 notícias, uma breve, dois textos de opinião, quatro crónicas, uma entrevista, 18 cartas de leitor e uma reportagem. Através da variável *Mês* foi possível ter noção da quantidade de textos publicados nos meses de Dezembro, Janeiro e Fevereiro.

Organização e Destaque dos Textos Publicados, na 1ª Página e Interior do Jornal:

O destaque dos textos na primeira página do Jornal foi verificado através de três variáveis: “*Localização*”, “*Título*” e “*Fotografia*”. Já a organização e destaque dos textos no interior do Jornal foram avaliados através de quatro categorias: “*Secção de Publicação*”; “*Página de Publicação*”; “*Localização dos Textos na Página de Publicação*” e “*Dimensão dos Textos*”. Na variável *Secção* foram introduzindo-se, ao longo dos três meses, o nome das secções onde os textos foram sendo publicados, ou seja, nas secções “*Covilhã*”, “*Fundão*”, “*Castelo Branco*”, “*Regional*”, “*Sociedade*”, “*Cultura*”, “*Saúde*”, “*Desporto*”, “*Economia*”, “*Cartas*”, “*Tribuna*”, “*Análise*” e “*Suplemento*” (esta última nem sempre incluída no Jornal); através da variável *Página* observou-se se os textos foram publicados numa página “Par” ou “Ímpar”; na variável *Localização* procurou saber-se em que lugar da página são os textos publicados (Parte Superior, Canto Superior Esquerdo e Canto Superior Direito; Parte Centro, Centro/Lado Esquerdo, Centro/Lado Direito; Parte Inferior, Canto Inferior Esquerdo e Canto Inferior Direito; Ocupa 2 pg); e através da variável *Dimensão* procurou averiguar-se o tamanho dos textos (na página do Jornal) quando publicados (menos de um quarto de página; um quarto de página; mais de um quarto de página; meia página; mais de meia página e mais de uma página). Classificar o espaço que os textos ocupam nas páginas do Jornal passou por incluir-se, também, o espaço ocupado pelas imagens que os acompanhavam.

Informações e características intrínsecas dos Textos Publicados:

As variáveis inseridas neste ponto - *Temática e Subtemática, Espaço Geográfico e seu Contexto, Interesse Informativo e Critério de Noticiabilidade* - permitiram aceder a informações e características intrínsecas dos textos publicados, com a finalidade de identificar e ter uma noção mais precisa acerca dos temas selecionados para publicação.

Relativamente aos critérios de noticiabilidade e citando, mais uma vez, Gradim: “A escolha de um facto potencialmente noticiável, a disposição de notícias numa página ou a seleção dos temas da primeira supõem opinião. Mas a única opinião que devem suportar é a de que, para quem efetuou tal seleção, esses foram os factos mais importantes de entre o conjunto dos que nesse dia chegaram à redação” (Gradim, 2000, p. 22). Portanto, numa redação avaliar a importância de um tema ou determinar que um texto pode ser publicado passa por ter em conta a definição de certos critérios. Neste estudo foram identificados alguns, sistematizados por Manuel Piedrahita e Nuno Crato, que poderão explicar a publicação de determinados textos:

Proximidade é o critério que determina que a probabilidade de um acontecimento ser noticiado é maior quanto mais próximo este ocorrer da área ou zona de influência de um jornal; o mesmo se passa com factos envolvidos de *Polémica*, quer ocorridos ao nível regional, nacional ou internacional. Publicar assuntos polémicos, sobretudo quando bem fundamentados, é “socialmente útil” (Gradim, 2000, p. 24); comportamentos fora do normal ou acontecimentos marcados pela diferença, isto é, marcados por uma *Estranheza*, às vezes positiva ou às vezes negativa, são motivo de publicação; *Repercussões* é o critério que estabelece que um acontecimento deve ser publicado se provocar, na vida das pessoas, consequências, quer positivas ou negativas, quer a curto, médio ou longo prazo; a *Agressividade*, outro critério encontrado, está sobretudo presente nos textos que defendem, com alguma garra, os anseios do povo ou populações; *Significado*, como o próprio nome indica diz respeito ao significado que um acontecimento, e consequências deste, pode ter no seio de uma comunidade; e, finalmente, o último critério identificado, *Interesse*. Este está relacionado com o gosto que o público tem por determinados assuntos/acontecimentos. O gosto referido depende, em boa parte, da formação cultural das pessoas.

Momento Anterior à Publicação e Momento Posterior à Publicação:

Elementos como o *Título*, o *Lead*, *Corpo do Texto*, a *Imagem*, a *Autoria* e a *Assinatura* observaram-se na fase de verificação dos textos publicados. O objetivo foi o de constatar se o *Jornal do Fundão* optou por manter, alterar ou criar novos títulos e leads nos textos selecionados para publicar, averiguar se optou por, na publicação, sustentar os textos com imagens e, em caso afirmativo, verificar se as imagens correspondem àquelas entregues pelo autor do “Texto”, “Informações” e “Sugestões” ou se as imagens pertencem ao próprio

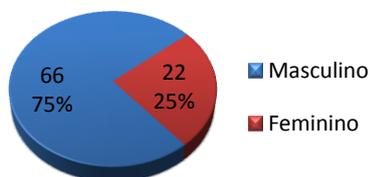
Jornal do Fundão e, finalmente, apurar se os textos foram publicados com a assinatura de quem os escreveu.

Capítulo IV - Análise Quantitativa dos Resultados

4.1. Análise quantitativa dos Resultados: E-Mails/Correio Eletrónico

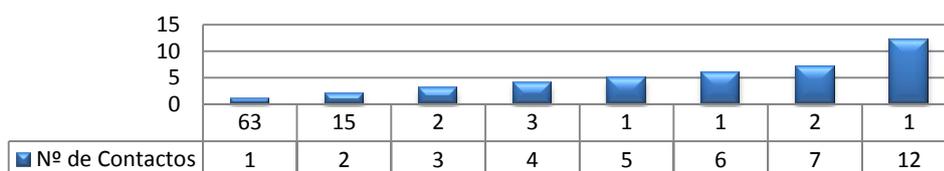
Ponto 1.A - E-mails *Jornal do Fundão*: Receção da Informação, desde a última semana de Novembro de 2011, dia 22, até Janeiro de 2012, dia 31.

1. Género dos leitores que contactaram o *Jornal do Fundão*:



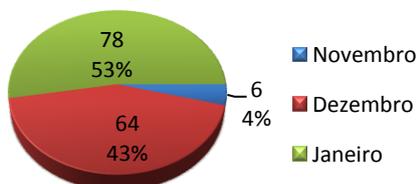
Durante os dois meses de recolha de dados, Dezembro e Janeiro, contactaram o *Jornal do Fundão* 88 leitores por correio eletrónico. Foi possível verificar, antes de inquiridas e através do nome de e-mail ou assinatura deixada, qual o sexo predominante das pessoas que efetuaram o contacto. A maioria, 75 por cento, foi homens, ao passo que a minoria, 25 por cento, mulheres.

2. Número de contactos por pessoa:



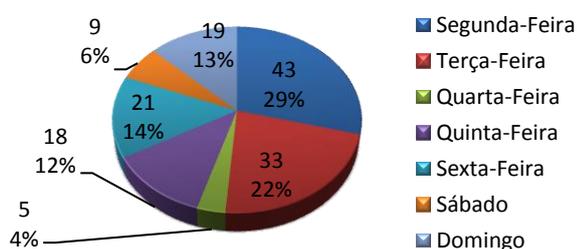
Dos 88 leitores, 63 contactaram o *Jornal do Fundão* uma única vez em dois meses. Dos restantes 25, 15 leitores efetuaram duas vezes o contacto, dois leitores contactaram três vezes, três leitores quatro vezes, um leitor cinco vezes e outro seis. Dois leitores contactaram sete vezes e um contactou doze vezes. Em suma, a maior parte dos leitores efetuou o contacto com o *Jornal do Fundão* uma vez durante os dois meses de estudo, fase da recolha de dados.

3. Contactos por Mês:



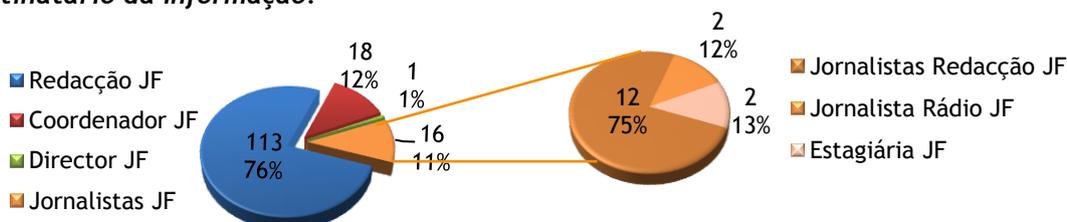
Apesar do estudo, na fase de recolha de dados, se concentrar nos meses de Dezembro e Janeiro, teve de aproveitar-se também a última semana de Novembro. O acesso aos e-mails enviados nessa semana tornou-se útil para que posteriormente se pudesse verificar o que, desses e-mails, foi aproveitado e publicado na primeira edição de Dezembro ou edições seguintes. Deste modo, verificou-se que na última semana de Novembro foram efetuados seis contactos, isto é, entregues seis e-mails ao *Jornal do Fundão*, o que corresponde a uma percentagem de 4 por cento. Entre Dezembro e Janeiro, o mês em que se registou um maior número de contactos efetuados foi o de Janeiro com uma percentagem igual a 53 por cento. Em Dezembro foram entregues 64 e-mails, logo 43 por cento dos contactos efetuados.

4. Dias da Semana em que mais contactos foram efetuados:



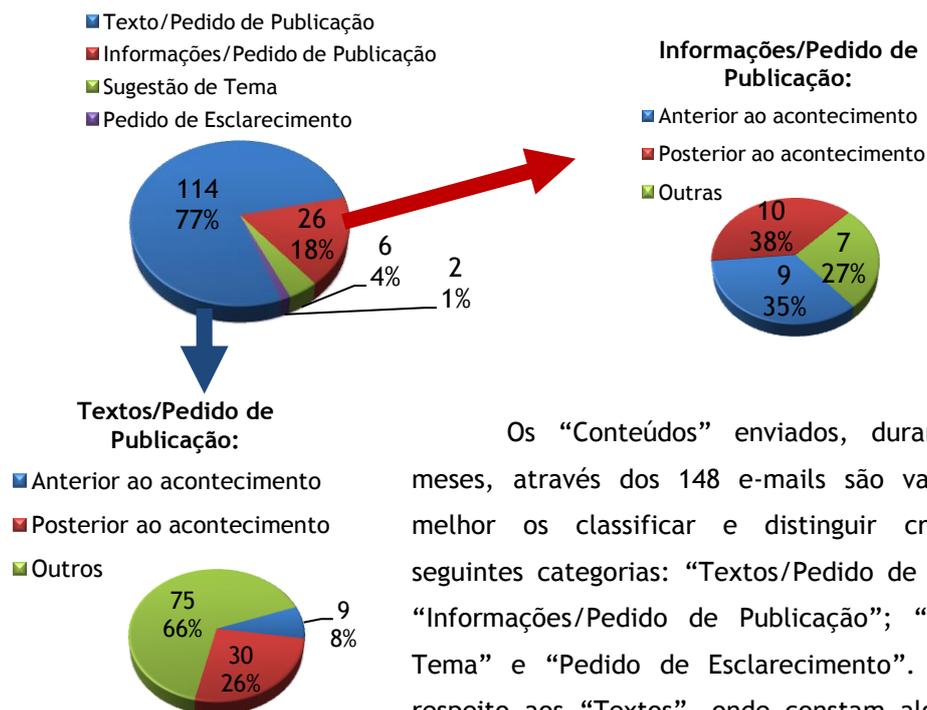
A Segunda-Feira, seguida pela Terça-Feira, foi o dia da semana eleito para efetuar contacto com o *Jornal do Fundão*. Da totalidade de 148 e-mails, quase 30 por cento foram enviados na Segunda-Feira e 22 por cento na Terça-Feira, rondando os 50 por cento, isto é, cerca de metade dos e-mails enviados. O facto do fecho do *Jornal do Fundão* ser à Terça-Feira poderá estar relacionado com o fenómeno.

5. Destinatário da Informação:



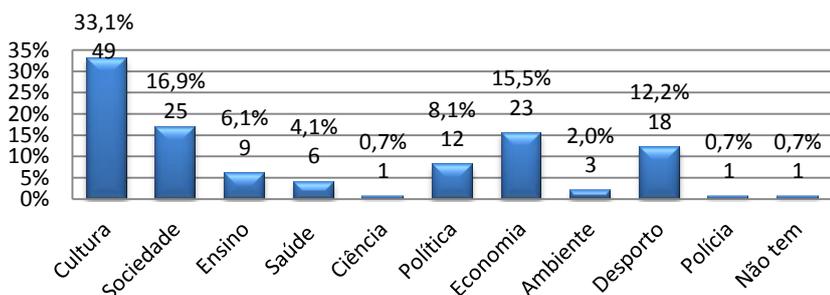
Em dois meses de recolha de dados constatou-se que a maior parte dos contactos efetuados por correio eletrónico, 76 por cento, se dirigiu ao e-mail geral da redação do *Jornal do Fundão*. Dos restantes 24 por cento, 12 por cento dos e-mails dirigiram-se ao Coordenador e 11 por cento aos jornalistas. Apenas 1 por cento dos e-mails facultados foi dirigido ao Diretor do Jornal.

6. “Conteúdos gerados por Leitores” enviados para o Jornal do Fundão:



Os “Conteúdos” enviados, durante os dois meses, através dos 148 e-mails são variados. Para melhor os classificar e distinguir criaram-se as seguintes categorias: “Textos/Pedido de Publicação”; “Informações/Pedido de Publicação”; “Sugestão de Tema” e “Pedido de Esclarecimento”. No que diz respeito aos “Textos”, onde constam alguns géneros considerados jornalísticos, por se assemelharem a notícias, breve, textos de opinião, crónicas e entrevista, e ainda as cartas de leitor, foram enviados 114, o que corresponde a 77 por cento dos e-mails enviados. Nos “Textos”, e por curiosidade, verificou-se que a maior parte deles não se referia nem a acontecimentos ou eventos que já tinham decorrido nem a acontecimentos ou eventos que estavam para acontecer. “Outros” foi a categoria utilizada para introduzir aqueles “Textos” que se referiam a uma realidade generalizada, que transcende o evento visual, físico. Falar sobre a crise, o fenómeno da emigração ou a alteração de hábitos da sociedade são exemplo desse tipo de “Textos”. “Informações”, com o intuito de publicação, foram enviadas 26, quer dizer 18 por cento dos e-mails. Mais uma vez, por curiosidade, verificou-se se essa informação se referia a um momento anterior ou posterior relativamente a acontecimentos ou eventos. Constatou-se que a maior parte das “Informações” se referia a acontecimentos ou eventos que já tinham ocorrido. “Sugestão de Temas”, seis, logo 4 por cento, e “Pedidos de Esclarecimento”, dois, logo 1 por cento, foram enviados em menor quantidade.

6.1. Temática identificada nos “Conteúdos gerados por Leitores”:

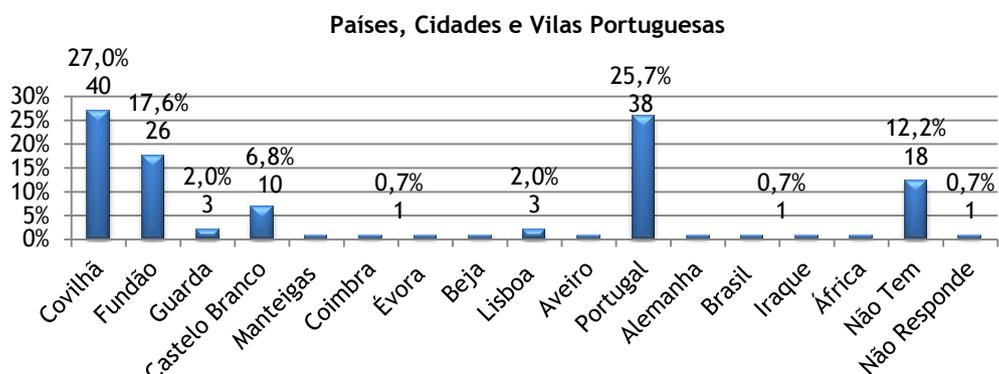


Conforme representado no gráfico, “Cultura” foi a temática mais identificada nos “Conteúdos gerados por Leitores” entregues ao *Jornal do Fundão* por e-mail. Independentemente do tipo de “Conteúdos”, 33,1 por cento dos e-mails são sobre acontecimentos ou eventos culturais, relacionados com pintura, teatro, música tradicional, religião, história, livros, atividades educativas desenvolvidas em escolas do Ensino Básico e Jardins de Infância durante a quadra natalícia, arquitetura de uma cidade, festas tradicionais em freguesias, entre outras subtemáticas³⁹. “Sociedade”, com uma percentagem de 16,9 por cento, foi a segunda temática mais identificada. Dentro desta cabem temas como a desigualdade social portuguesa, a alteração de hábitos da sociedade, os elementos constituintes de uma família considerada normal/termo tradicional, o impacto da Televisão Digital Terrestre para a população do interior do país, temas de solidariedade social, idosos encontrados mortos em casa, animais que ficam entregues à população de uma freguesia depois do seu dono falecer, muitas aplicadas à população nas estradas portuguesas, entre outros. Em terceiro lugar, com 15,5 por cento, está a temática “Economia”. Nela cabem assuntos relacionados com a crise económica que Portugal atravessa, a emigração portuguesa proposta pelo primeiro-ministro Pedro Passos Coelho, temas sobre Instituições (Instituto Missionário da Consolata, instituição religiosa de Fátima, que entregou 3,5 milhões de euros a um gestor do BPN e a situação de falência da Santa Casa da Misericórdia da Covilhã), a aplicação do pagamento de portagens nas autoestradas portuguesas, as implicações económicas da reforma administrativa das freguesias portuguesas, a inovação na restauração regional (Fundão), o encerramento de empresas não autossuficientes, entre outros assuntos. À “Economia” segue-se a temática “Desporto” com 12,2 por cento da percentagem, onde estão incluídos temas como o futebol, atletismo, ténis, artes marciais, karting e personalidades do desporto (falecimento de Francisco Manteigueiro, atleta e, mais tarde, treinador do Clube Sporting da Covilhã). Com 8,1 por cento está a “Política”, onde se destacam temas relacionados com o Governo atual português e personalidades políticas (crítica ao Presidente da República Aníbal Cavaco Silva, o ex-primeiro-ministro José Sócrates e falecimento de Carlos Quelhas Calado, ex-Presidente da Junta de Freguesia do Tortosendo). Com percentagens mais baixas está o “Ensino”, com 6,1 por cento (a apresentação de tese de doutoramento na Universidade de Lisboa, atribuição de prémios de mérito na Escola Secundária Frei Heitor Pinto da Covilhã e o comportamento agressivo de aluno numa escola primária de Castelo Branco), e a “Saúde”, com 4,1 por cento (o Dia Mundial da Saúde, Instituições, como o Centro de Saúde do Fundão e o mau serviço prestado aos utentes e a questão do diabetes em Portugal). Com valores ainda mais baixos está a temática “Ambiente” com uma percentagem de dois por cento (reciclagem de materiais na Escola Internacional do Fundão e falta de limpeza de ruas), “Ciência” com 0,7 por cento (asteroide - 1997 - XF - 11) e “Polícia” com 0,7 por cento (silêncio dos arguidos em Tribunal). Um dos e-mails enviados, e introduzido na categoria de “Pedido de Esclarecimento”, encontra-se sem temática, pois é

³⁹ Anexo 1 Ponto 1.A

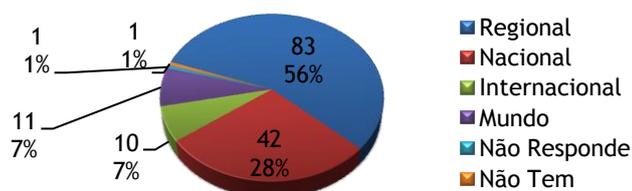
um e-mail que questiona o *Jornal do Fundão* pela não publicação de um conjunto de textos enviados ao longo do tempo. Não se enquadra assim, este e-mail, em nenhuma temática⁴⁰.

6.2. Espaço Geográfico identificado nos “Conteúdos gerados por Leitores”:



Que lugares retrata a generalidade dos “Textos” enviados para o *Jornal do Fundão*? Têm presente a informação de algum lugar? E as “Informações” e “Sugestões” que lá chegam, com o intuito da publicação, referem-se a eventos, situações que acontecem onde? A resposta às perguntas é clara quando se observa o gráfico acima apresentado. Antes de mais, 12,9 (12,2 por cento do “Não Tem” e 0,7 por cento do “Não Responde”) dos e-mails não tem um “Espaço Geográfico”. Na categoria “Não Responde” está incluído um e-mail que questiona o *Jornal do Fundão* pela não publicação de um conjunto de textos enviados ao longo do tempo, ao passo que na categoria “Não Tem” estão incluídos todos os e-mails que chegaram à redação sem “Espaço Geográfico”, isto é, e-mails que traziam textos que abordavam, por exemplo, questões sobre a psicologia humana, que formulavam uma opinião sobre valores morais/sociais e a noção de família. Os restantes 87,1 por cento dos e-mails, ou seja, a maioria, revelam a presença de um “Espaço Geográfico”. 27 por cento pertencem ao concelho da Covilhã e 17,6 por cento ao concelho do Fundão (terceiro lugar). Portugal, com assuntos como a emigração portuguesa ou a crise, está em segundo lugar com uma percentagem de 25,7 e em quarto lugar, com 6,8 por cento, encontra-se Castelo Branco. Com uma percentagem de dois por cento cada, está a Guarda e Lisboa. Manteigas, Coimbra, Évora, Beja, Aveiro, Alemanha, Brasil, Iraque e África foram outros “Espaços Geográficos” identificados, mas em menor quantidade⁴¹.

6.2.1. Contexto do Espaço Geográfico:

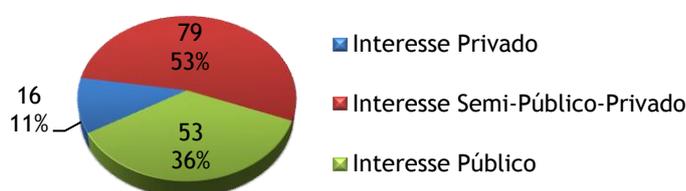


⁴⁰ Anexo 2 Ponto 1.A

⁴¹ Anexo 3 Ponto 1.A

Averiguada a presença do “Espaço Geográfico” nos diferentes tipos de “Conteúdos gerados por Leitores”, verificou-se em que contexto aparece determinado “Espaço Geográfico” ou assunto, se num âmbito “Regional”, “Nacional” ou “Internacional”. Existem textos que falam de “Portugal” num contexto “Internacional” em vez de “Nacional”. É exemplo um de opinião sobre o bloqueio do envio de remessas para Portugal, provenientes de emigrantes portugueses a residir na Alemanha ou França, e outro, considerado notícia, sobre o encerramento do Consulado de Portugal em Lille, norte de França. Textos sem a identificação de um “Espaço Geográfico” puderam também inserir-se num determinado contexto. Por exemplo, introduzir um texto sobre psicologia humana no contexto “Mundo”. Como mostra o gráfico, 56 por cento dos “Conteúdos” enviados por correio eletrónico estão inseridos num contexto “Regional” e 28 por cento num contexto “Nacional”. Os contextos “Internacional” e “Mundo” revelam, cada um, uma percentagem igual a sete por cento⁴².

6.3. Interesse Informativo dos “Conteúdos gerados por Leitores”:



O “Interesse Informativo” foi outro aspeto observado durante a recolha de dados. Que interesse terão os “Textos”, “Informações”, “Sugestões”, e até “Pedidos de Esclarecimento”, enviados por correio eletrónico? “Público”, “Privado” ou “Semi-Público-Privado”? De um modo geral, os “Conteúdos gerados por Leitores” enviados por correio eletrónico são de “Interesse Semi-Público-Privado”⁴³. Dentro desta subcategoria, que ocupa 53 por cento da totalidade da percentagem, estão, por exemplo, textos com temas referentes ao cantar das Janeiras, por parte de crianças de Escolas do Ensino Básico e Jardins de Infância, em freguesias da Covilhã e Fundão. Outro exemplo de tema, em texto, é a entrega de prémios de mérito e excelência que decorreu na Escola Secundária Frei Heitor Pinto da Covilhã ou uma carta de leitor (escrita por um espetador da peça) que apela as entidades autárquicas da Cova da Beira a apoiar a apresentação de “Volfrâmio”⁴⁴ nas aldeias dos concelhos. Informar o *Jornal do Fundão* de que “o” cão de Alcaide (Fundão) morreu com 22 anos, provocando uma onda de tristeza em toda a aldeia⁴⁵, bem como sugerir a um jornalista que se desloque até Boxinos (Fundão) para depois noticiar um jogo de futebol entre crianças ou questionar o *Jornal do Fundão*, isto é, pedir esclarecimento, pelo facto de não ter nomeado um jovem, “Leandro” (Sporting Clube da Covilhã), numa notícia de desporto publicada, sendo ele, tal como outros colegas referidos, um pequeno talento da região, são exemplo de “Conteúdos”

⁴² Anexo 4 Ponto 1.A

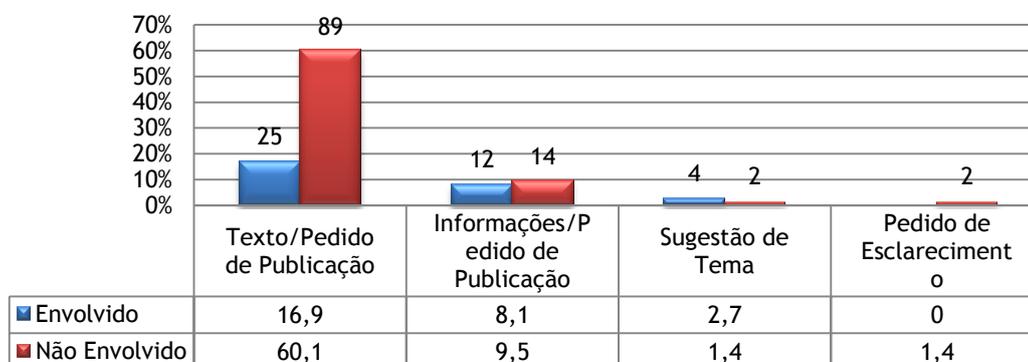
⁴³ Anexo 5 Ponto 1.A

⁴⁴ Peça de teatro que retrata experiências e dificuldades vividas por aqueles que trabalharam/trabalham, como mineiros, nas Minas da Panasqueira.

⁴⁵ O cão, que depois do dono morrer, vagueava por Alcaide. Andava rua acima rua abaixo, visitava a casa das pessoas em troca de comida, estava presente em eventos da terra e até acompanhava os funerais.

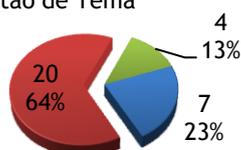
encaixados na definição de “Interesse Semi-Público-Privado”. Nenhum destes temas é de interesse totalmente privado, muito menos público. “Semi-Público-Privado” é o meio termo indicado. A subcategoria “Interesse Público” destaca-se, em segundo lugar, com uma percentagem igual a 36 por cento. Dentro desta, encontram-se textos relativos à política exercida pelo Governo português atual, à situação económica portuguesa, ou assuntos mais próximos da população covilhanense, referentes, por exemplo, à Câmara Municipal da Covilhã e à política de Carlos Pinto, o Presidente do município, ou ao impacto (negativo) da cobertura da Televisão Digital Terrestre em algumas aldeias da região da Covilhã. A informação de que uma empresa de telecomunicações poderá estar a enganar a população, retirando-lhe dinheiro através de chamadas telefónicas, está incluída na subcategoria “Interesse Público”, bem como uma sugestão de tema referente ao acontecimento “Limpar Portugal 2012”, no concelho da Covilhã. Com uma percentagem inferior, mas importante de referir, está a subcategoria “Interesse Privado” com 11 por cento da totalidade da percentagem. Inserem-se nesta categoria textos como uma carta de leitor que felicita o “João” pela apresentação da sua tese de doutoramento na Reitoria da Universidade de Lisboa, ou outra em que o autor do texto deseja, no Natal, Boas Festas a familiares e amigos. Dentro da mesma categoria encontra-se a informação, enviada pelo autor de um livro, de que o apresentou, desejando que se referencie o acontecimento no *Jornal do Fundão*, ou uma sugestão feita ao Jornal, para que se faça uma reportagem sobre si e a sua experiência em Karting, com intuito de conseguir patrocínios.

6.4. Envolvimento do Autor do Texto/E-Mail nos Acontecimentos:



Envolvido/Acontecimentos e Eventos:

- Informações/Pedido de Publicação
- Texto/Pedido de Publicação
- Sugestão de Tema



Envolvido/Divulgação de Trabalho:

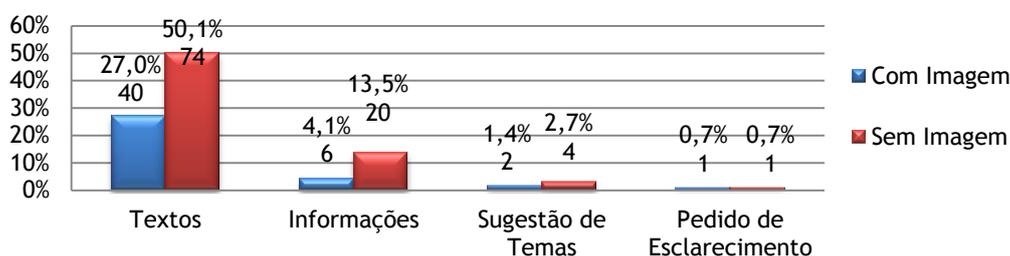
- Informações/Pedido de Publicação
- Texto/Pedido de Publicação
- Sugestão de Tema



Outro aspeto observado, na fase de recolha de dados, foi o envolvimento dos leitores nos acontecimentos que querem ver publicados. Escreverão eles sobre si e sobre o seu

trabalho? Apesar de ser uma minoria, 41 e-mails apontam nesse sentido, quase 30 por cento. 20 dos e-mails que chegaram à redação do *Jornal do Fundão* traziam um “Texto” que retratava um acontecimento ou evento que o próprio autor do e-mail teria organizado ou iria organizar. Sete “Informações” foram enviadas com o mesmo intuito, o de informar o Jornal de que teriam, estariam ou iriam organizar algo (por exemplo, um jantar de convívio ou uma festa de Natal num Jardim de Infância). Do mesmo modo, verificou-se, em quatro das “Sugestões” feitas, que se pediu, sugerindo o autor do e-mail, que se escrevesse um texto sobre si e sobre um acontecimento ou evento que o próprio estaria a organizar. Por outro lado, cinco dos e-mails enviados traziam “Informações” de que o seu autor apresentou ou estaria para apresentar um trabalho/novo projeto (por exemplo uma exposição de pintura com quadros seus). Noutros cinco contactos efetuados, o autor do e-mail escreveu um “Texto” sobre um trabalho seu/novo projeto realizado ou prestes a realizar (por exemplo, um texto, considerado notícia, sobre a apresentação já decorrida de um livro seu). Feita a análise sobre os 41 e-mails, é possível constatar que os restantes 107 enviados, correspondendo a 72,4 por cento dos e-mails, foram escritos por pessoas que assumiram, perante os eventos/acometimentos ou situações, uma posição de cidadão ativo, retratando no “Texto” o quotidiano em seu redor, informando, sugerindo temas e pedindo esclarecimentos sobre coisas que não têm em foque aspetos da sua vida.

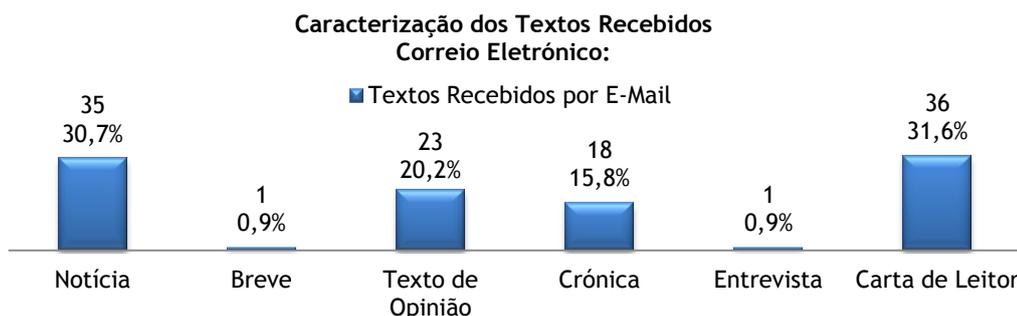
6.5. “Conteúdos gerados por Leitores” enviados com Imagem:



Ainda se verificou na fase de recolha de dados quantos e-mails, dos 148 entregues ao *Jornal do Fundão*, traziam imagem. Dos 114 “Textos”, 40, o que corresponde a uma percentagem de 27 por cento, traziam em anexo 88 imagens⁴⁶. Das 26 “Informações”, seis, o que corresponde a uma percentagem de 4,1 por cento, traziam anexadas nove fotografias. Das seis “Sugestões de Tema”, duas, o que corresponde a 1,4 por cento, traziam 18 fotografias e, finalmente, dos dois “Pedidos de Esclarecimento”, um trazia uma fotografia. Em suma, 33,1 por cento dos e-mails, 49 enviados por correio eletrónico, trouxeram consigo 116 imagens, isto é, 113 fotografias e três desenhos/ilustrações. De referir é que das 113 fotografias, 106 retratam eventos ou situações e sete são fotografias do autor do texto.

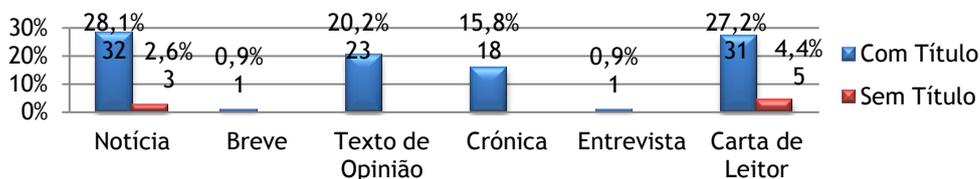
⁴⁶ Anexo 6 Ponto 1.A

7. Género de “Textos/Pedido de Publicação”:



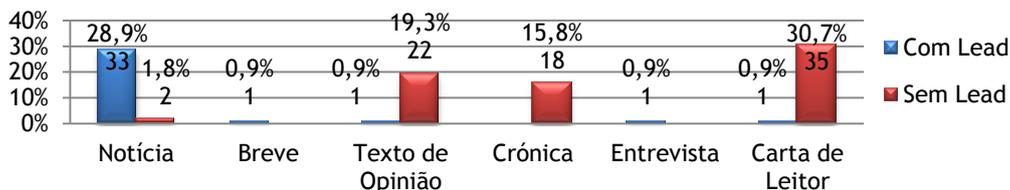
Depois de uma análise concentrada na receção generalizada de dados, isto é, os diferentes “Conteúdos gerados por Leitores” entregues por correio eletrónico, verificou-se se os 114 “Textos” entregues, 35 considerados notícias, um considerado breve, 23 textos de opinião, 18 considerados crónicas, uma entrevista e 36 cartas de leitor⁴⁷, possuíam elementos como título, lead e assinatura.

7.1. Título nos Textos:



O gráfico mostra que a maior parte dos textos enviados por e-mail, 93 por cento, trazia formulado um título. 7 por cento dos textos, uma minoria que corresponde a 2,6 por cento dos considerados notícias e 4,4 por cento de cartas de leitor, não o possuíam.

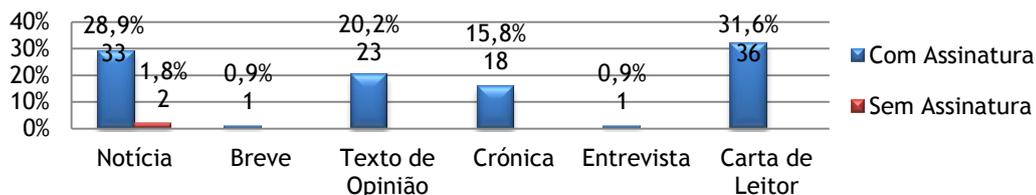
7.2. Lead nos Textos:



Revela o gráfico que a maior parte dos textos enviados por correio eletrónico, 67,5 por cento, não trazia formulado um lead. 32,5 por cento dos textos, que corresponde a 28,9 por cento dos considerados notícias, 0,9 de uma breve, 0,9 de textos de opinião, 0,9 de uma entrevista e 0,9 por cento de cartas de leitor, possuíam lead. Resultados positivos já que a maioria dos textos que devem ter lead, neste caso notícias, breves e entrevistas, o tem. Textos de opinião, crónicas ou cartas de leitor podem ou não adquiri-lo. Nestes casos, a regra não é uma obrigação.

⁴⁷ Para facilitar os cálculos e economizar algum espaço, foram introduzidos nas cartas de leitor oito textos diferentes (dois poemas, dois textos em forma de biografia, um ao estilo de enciclopédia, um carregado de teor filosófico, outro de História e, finalmente, um em jeito de página de Diário), que não podiam ser excluídos. Também eles foram escritos e enviados para o *Jornal do Fundão* com o intuito de publicação. Também eles devem ser objeto de estudo. Anexo 7 Ponto 1.A

7.3. Assinatura nos Textos:



Relativamente à assinatura, constatou-se que 98 por cento dos textos, 112, estavam assinados quando chegaram à redação e 2 por cento não estavam. Esta é uma percentagem mínima que corresponde, como é possível ver no gráfico, a dois textos considerados notícias.

4.1.1. Ponto 1.B - E-mails *Jornal do Fundão*: Publicação da Informação, durante os meses de Dezembro de 2011, Janeiro e Fevereiro de 2012.

1. Publicação da Informação (Correio Eletrónico):

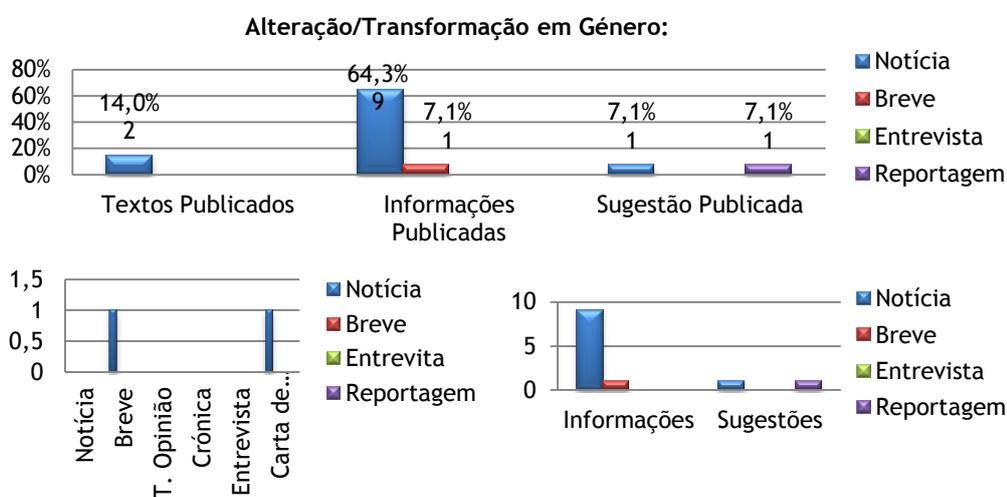
	"Conteúdos gerados por Leitores"							Total	
	Textos/Pedido de Publicação (considerados)						Informações/Pedido de Publicação		Sugestão de Tema
	Notícia	Breve	Texto de Opinião	Crônica	Entrevista	Carta de Leitor			
Publicado	26	1	2	2	1	18	10	2	62
%	17,8	0,7	1,4	1,4	0,7	12,3	6,8	1,4	42,5
Não Publicado	9	0	21	16	0	18	16	4	84
%	6,2	0,0	14,4	11,0	0,0	12,3	11,0	2,7	57,5
Total	35	1	23	18	1	36	26	6	146
%	24,0	0,7	15,8	12,3	0,7	24,7	17,8	4,1	100,0

Foram selecionados três meses para verificar que "Textos", "Informações" e "Sugestões de Temas" foram realmente publicados. Dois meses, Dezembro e Janeiro, coincidem com a fase de recolha de dados. Fevereiro foi um mês introduzido, nesta fase de verificação de publicação, para que se pudesse ter um conhecimento mais preciso acerca dos "Textos", "Informações" e "Sugestões de Temas" recebidos, sobretudo no final de Janeiro, e publicados.

Passados os três meses, Dezembro, Janeiro e Fevereiro, constatou-se que dos 114 "Textos" recebidos, apenas 50 foram publicados. Conforme mostra a grelha, publicaram-se 26 (17,8 por cento) dos 35 textos considerados notícias, o texto considerado breve (0,7 por cento), dois (1,4 por cento) dos 23 textos de opinião, duas (1,4 por cento) das 18 crônicas, a entrevista (0,7 por cento) e 18 (12,3 por cento) das 36 cartas de leitor, entregues ao *Jornal do Fundão* por correio eletrónico. Das 26 "Informações" apenas dez (6,8 por cento) foram publicadas e de seis "Sugestões de Tema" duas (1,4 por cento) foram levadas a cabo, trabalhadas e publicadas.

2. Alteração de Género de “Textos” e Transformação de “Informações” e “Sugestões” em Género:

Apurada a quantidade de “Textos”, “Informações” e “Sugestões de Tema” publicados, é necessário verificar se os textos enviados, com determinado género (confirmado ou identificado), mantiveram o género; e em que género se tornaram as “Informações” e “Sugestões” quando publicadas. Mostra a grelha em anexo⁴⁸ que as 26 notícias publicadas (41,9 por cento), os dois textos de opinião (3,2 por cento), as duas crónicas (3,2 por cento), a entrevista (1,6 por cento) e 17 (27,4 por cento) das 18 cartas de leitor mantiveram o género. O texto considerado breve (1,6 por cento) e uma carta de leitor (1,6 por cento) tornaram-se num outro género. As dez “Informações” (16,1 por cento) e as duas “Sugestões” (3,2 por cento) transformaram-se em géneros jornalísticos.



Revelam os gráficos de barras que, dentro dos “Textos Publicados”, o texto considerado breve se tornou notícia⁴⁹ e uma carta de leitor noutra notícia⁵⁰. Nove das dez “Informações” foram publicadas sob a forma de notícia e uma dessas dez “Informações” sob a forma de breve. Uma “Sugestão de Tema” tornou-se notícia e a outra “Sugestão” numa reportagem. De um modo geral, houve duas mudanças de género e doze transformações em género, um total de 14 alterações de informação⁵¹.

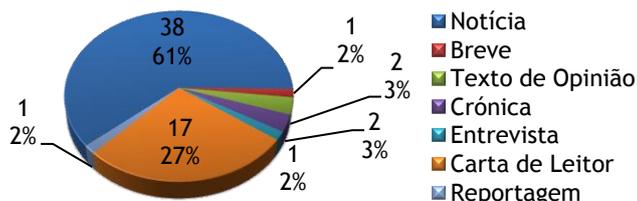
⁴⁸ Anexo 1 Ponto 1.B

⁴⁹ Uma pessoa enviou uma notícia e uma breve, as duas relacionadas em tema. O *Jornal do Fundão* publicou a notícia e integrou a informação da breve na notícia. Deste modo, a breve tornou-se notícia, ou melhor, parte integrante da notícia.

⁵⁰ Uma pessoa, residente na Finlândia, enviou para o *Jornal do Fundão* uma carta de leitor sobre as más, ou preocupantes condições do lar da Santa Casa da Misericórdia da Covilhã, onde tem um familiar. Por estar escrita em Francês e por o fecho do jornal ser no dia em que o texto foi enviado, o *Jornal do Fundão* optou por escrever uma notícia sobre o assunto.

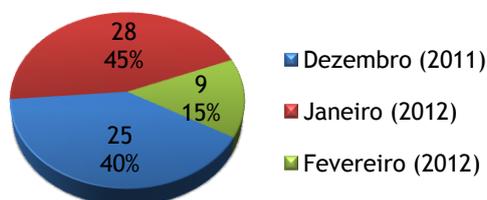
⁵¹ Anexo 2 Ponto 1.B

3. Género de Textos Publicados:



Em suma, foram publicados 62 textos: 38 considerados notícias, o que corresponde a 61 por cento dos textos publicados; 17 cartas de leitor, 27 por cento dos textos publicados; dois textos de opinião e duas crónicas, correspondendo a 3 por cento cada; uma breve, 2 por cento, uma entrevista, 2 por cento, e uma reportagem, o que corresponde, mais uma vez, a 2 por cento dos textos publicados.

4. Mês de Publicação:



O gráfico circular mostra que Janeiro, com uma percentagem igual a 45 por cento, foi o mês em que mais publicações foram feitas. Em segundo lugar está Dezembro com 40 por cento das publicações e em terceiro Fevereiro com 15 por cento da totalidade da percentagem.

5. Organização e Destaque dos Textos Publicados (62):

5.1. Na 1ª Página do Jornal:

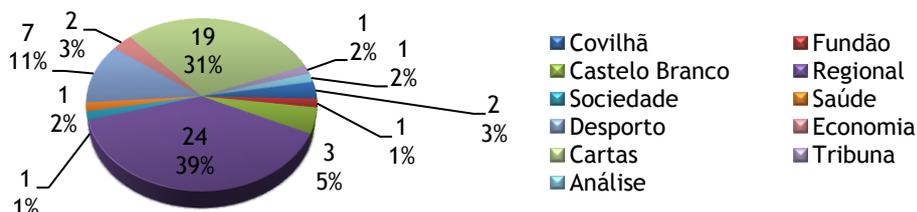
Os textos publicados no *Jornal do Fundão* terão tido algum tipo de destaque na primeira página das suas edições? Uma breve análise às grelhas em anexo permite constatar que a maioria dos “Textos”, (todas as) “Informações” e “Sugestões”, selecionados para publicação, não teve destaque na primeira página do Jornal. Apenas 1,6 por cento dos textos, a reportagem⁵², foi destacado desta forma. Destaque ao nível de “Localização” (Canto Superior Direito) e “Título”⁵³.

⁵² Uma reportagem escrita sobre as visitas ao domicílio (Cova da Beira), promovidas pelo Centro de Psiquiatria da Covilhã. As visitas acontecem semanalmente com o intuito de se fazer companhia e administrar medicação injetável aos utentes que sofrem de algum tipo de doença mental.

⁵³ Anexo 3 Ponto 1.B

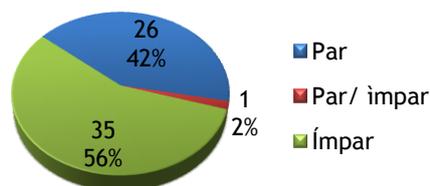
5.2. No Interior do Jornal:

5.2.1. Secção de Publicação:



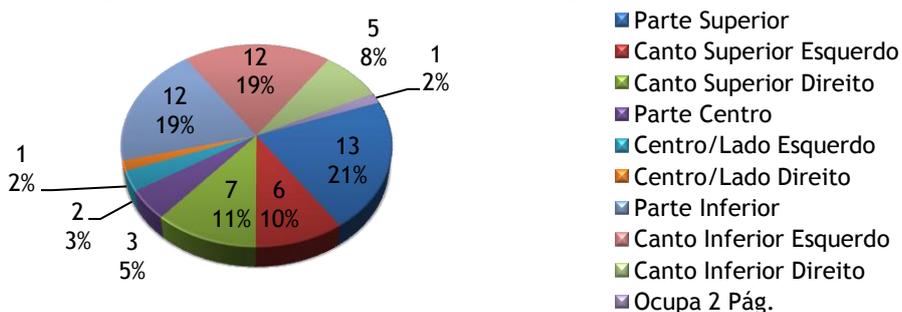
“Regional” foi a secção onde mais textos, 39 por cento, foram publicados. A esta secção segue-se a de “Cartas”, onde foram publicados 31 por cento dos textos. Na secção “Desporto” estão 11 por cento dos textos. Em “Castelo Branco” registaram-se 5 por cento dos textos e na da “Covilhã” e “Economia” 3 por cento cada. “Fundão”, “Sociedade”, Saúde”, “Tribuna” e “Análise” foram as secções onde se publicaram menos textos⁵⁴.

5.2.2. Página de Publicação:



O gráfico circular revela que 56 por cento dos textos foram publicados em páginas “Ímpar”, 42 por cento em páginas “Par” e um texto, 2 por cento, em duas páginas, “Par e Ímpar”⁵⁵.

5.2.3. Localização dos Textos na Página de Publicação:



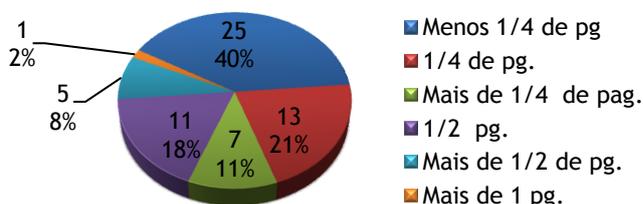
Relativamente à “Localização do Texto” na página, concluiu-se que a maior parte dos textos foi publicada na “Parte Superior” da página, onde se registou uma percentagem de 21 por cento, mas também 19 por cento dos textos na “Parte Inferior” da página e 19 por cento dos textos no “Canto Inferior Esquerdo” da página. 11 por cento dos textos publicaram-se no “Canto Superior Direito” da página, 10 por cento no “Canto Superior Esquerdo”, 8 por cento no “Canto Inferior Direito”, 5 por cento na “Parte Centro” da página, 3 por cento no “Centro

⁵⁴ Anexo 4 Ponto 1.B

⁵⁵ Anexo 5 Ponto 1.B

do Lado Esquerdo”, um por cento no “Centro do Lado Direito” e, finalmente, um por cento “Ocupa duas Páginas”⁵⁶.

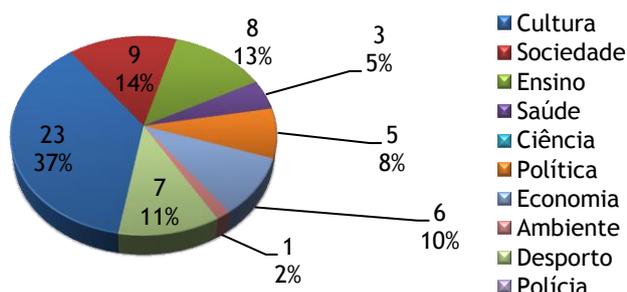
5.2.4. Dimensão dos Textos na Página de Publicação:



De acordo com o gráfico circular 40 por cento dos textos publicados no *Jornal do Fundão* ocuparam “Menos de Um Quarto de Página”. O gráfico revela ainda que 21 por cento de textos ocuparam “Um Quarto de Página” e 18 por cento “Meia Página”. Em menor quantidade estão 11 por cento dos textos que ocuparam “Mais de Um Quarto de Página”, 8 por cento “Mais de Meia Página” e apenas um texto, 2 por cento, ocupou “Mais de Uma Página”⁵⁷.

6. Informação intrínseca dos Textos Publicados:

6.1. Temática dos Textos Publicados:



O gráfico mostra que 37 por cento dos textos publicados são sobre “Cultura”. Da temática fazem parte textos relacionados com teatro (carta de leitor sobre a peça “Volfrâmio”), música (notícia sobre a apresentação da Banda “Hipotética”), livros (notícias sobre a apresentação da obra “O Mistério da Irmandade Oculta” de Jorge Gaspar), atividades educativas em Escolas e Jardins de Infância (notícia sobre o cantar das Janeiras nas ruas do concelho da Covilhã e Fundão), eventos tradicionais em freguesias (notícia sobre o Mártir S. Sebastião, na Soalheira), época festiva (notícias sobre filarmónica de Silvares que canta Janeiras e um almoço de Natal na Confraria de Silvares) Instituições (carta de leitor sobre a comemoração dos 45 anos da fundação da “GAFOZ”, Grupo dos Amigos da Foz do Cobreão), arquitetura (carta de leitor sobre o fim do aeródromo da Covilhã e o reaproveitamento do espaço) e automobilismo (carta de leitor sobre o primeiro automóvel a chegar à Covilhã)⁵⁸. A temática “Sociedade” destaca-se em segundo lugar com uma percentagem de 14 por cento. Dela fazem parte textos que estão relacionados com a desigualdade social portuguesa, com o impacto da Televisão Digital Terrestre em algumas zonas do interior do país, estradas (uma

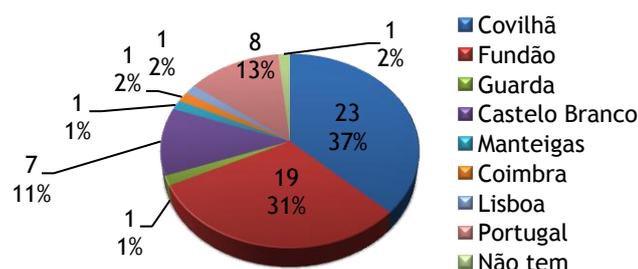
⁵⁶ Anexo 6 Ponto 1.B

⁵⁷ Anexo 7 Ponto 1.B

⁵⁸ Anexo 8 Ponto 1.B

carta de leitor sobre multas aplicadas nas estradas portuguesas), Instituições (notícia sobre as condições preocupantes do lar da Santa Casa da Misericórdia da Covilhã), época festiva (notícia sobre festa de Natal organizada com o intuito de angariar dinheiro para construir o Centro Comunitário de Lameiras), psicologia (carta de leitor sobre a “crise” interior de cada pessoa) e solidariedade (notícia sobre a Escola de Hotelaria e Turismo do Fundão que organizou várias atividades de cariz solidário com o objetivo de ajudar as crianças do Abrigo de S.José, no Fundão ou outra notícia sobre o Fórum Transalt que entrega roupa, brinquedos e donativos às crianças da mesma instituição). 13 por cento dos textos publicados têm a temática “Ensino”. Encaixam-se aqui textos relacionados com a apresentação de uma tese de doutoramento, atividades educativas em Escolas e Jardins de Infância (notícia sobre Jovens de Ródão que visitam campo Aventura de Óbitos) e sobre o comportamento agressivo de um aluno numa Escola (Castelo Branco). Ainda, dos textos publicados, 11 por cento são sobre “Desporto”. Os temas estão relacionados com futebol, atletismo e karting. Já “Economia” atinge uma percentagem de 10 por cento. Os textos publicados incluídos nesta temática referem-se à emigração portuguesa, a Instituições (carta de leitor sobre os problemas económicos da Santa Casa da Misericórdia da Covilhã), estradas (carta de leitor sobre a aplicação do pagamento de portagens nas autoestradas portuguesas), automobilismo (notícia sobre a inauguração da viatura rural Gardunha VIP BUS) e inovação da restauração regional (no Fundão). 8 por cento dos textos publicados são sobre “Política”. Dentro desta temática estão textos relacionados com as medidas políticas do Governo português atual, personalidades políticas regionais (carta de leitor sobre Carlos Pinto, presidente da Câmara da Covilhã) e Instituições (carta de leitor que acusa a Câmara Municipal da Covilhã e Junta de freguesia de Verdelhos de não cumprirem as promessas que se fazem antes das eleições). Sobre “Saúde” foram publicados três textos, o que equivale a uma percentagem de 5 por cento. Diabetes em Portugal e Instituições (uma reportagem sobre as visitas ao domicílio, promovidas pelo Centro de Psiquiatria da Covilhã e uma carta de leitor sobre o mau serviço prestados aos utentes que recorrem ao Centro de Saúde do Fundão) foram assuntos abordados dentro desta temática. Com a temática “Ambiente” publicou-se apenas um texto. Este está relacionado com a reciclagem de materiais, por parte da Escola Internacional da Covilhã, para construir uma árvore de Natal. O intuito foi o de sensibilizar a comunidade educativa para a preservação do ambiente. Finalmente, constatou-se que nada se publicou sobre “Ciência” e “Polícia”⁵⁹.

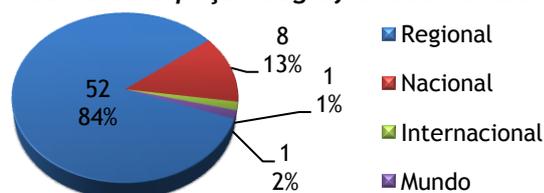
6.2. Espaço Geográfico dos Textos Publicados: País, Cidades e Vilas Portuguesas



⁵⁹ Anexo 9 Ponto 1.B

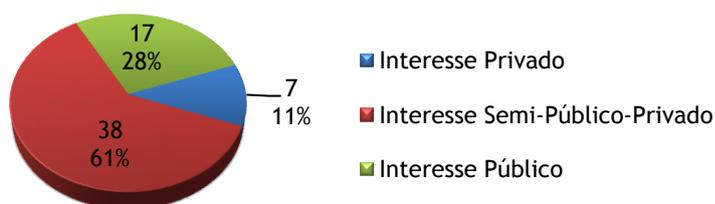
Que lugares retrata a generalidade dos textos publicados? Como mostra o gráfico, a “Covilhã” é o lugar que se encontra retratado, ou de alguma forma presente, na maior parte dos textos publicados, em 37 por cento. Em segundo lugar está o “Fundão” com uma percentagem igual a 31 por cento. Em 13 por cento dos textos publicados está “Portugal” e em 11 por cento “Castelo Branco”. Em menor quantidade, mas aparecendo também em alguns dos textos publicados, está a “Guarda”, “Manteigas”, “Coimbra” e “Lisboa”. Num dos textos publicados não foi identificado qualquer espaço geográfico. Este refere-se à “crise” interior do ser humano⁶⁰.

6.2.1. Contexto do Espaço Geográfico dos Textos Publicados:



Averiguado o “Espaço Geográfico” presente nos textos publicados, verificou-se, também, em que contexto aparece esse “Espaço Geográfico” e assunto, se num âmbito “Regional”, “Nacional”, “Internacional” ou “Mundo”. Mais uma vez, “Mundo” é uma categoria extra, utilizada para inserir os textos publicados sem um “Espaço Geográfico” definido, e que transmitem uma opinião pessoal ou mesmo uma mensagem “universal”. Como mostra o gráfico circular, 84 por cento dos textos publicados estão inseridos num contexto “Regional”, 13 por cento num contexto “Nacional”. Os contextos “Internacional” e “Mundo” revelam uma percentagem muito baixa⁶¹.

6.3. Interesse Informativo dos Textos Publicados:



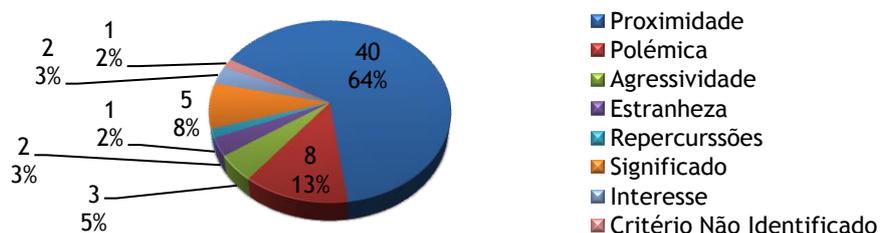
Relativamente ao “Interesse Informativo” dos textos publicados, constatou-se que a maior parte, 61 por cento, é de “Interesse “Semi-Público-Privado”. Dentro desta subcategoria encontram-se textos como uma carta de leitor referente ao teatro “Volfrâmio”, apresentado na Barroca Grande (Covilhã). Quem escreve o texto faz um apelo dirigido às entidades autárquicas da Cova da Beira para que apoiem e possibilitem a apresentação da peça nas aldeias dos concelhos. Outro exemplo é o de uma notícia referente à abertura do “Troica Café”, um restaurante no Fundão que serve refeições até às duas da manhã. Não há, nestes textos, um interesse absolutamente focado no benefício pessoal ou privado, nem mesmo absolutamente público. “Semi-Público-Privado” é um termo que se adequa. 28 por cento dos textos publicados são de “Interesse Público”. Desta subcategoria fazem parte textos como

⁶⁰ Anexo 10 Ponto 1.B

⁶¹ Anexo 11 Ponto 1.B

uma carta de leitor que fala de burla a propósito do valor cobrado nas portagens da A23 e outra referente à situação financeira e económica da Santa Casa da Misericórdia da Covilhã. Com menor percentagem estão os textos publicados de “Interesse Privado”. Estes registam um valor igual a 11 por cento. Inserem-se nesta subcategoria textos como uma carta de leitor que felicita o “João” pela apresentação da sua tese de doutoramento na Reitoria da Universidade de Lisboa e outra em que o autor do texto deseja, no Natal, Boas Festas a familiares e amigos. Uma notícia escrita por um jornalista, a pedido de um jovem, retratando a sua experiência em Karting, com intuito de conseguir patrocínios, é outro exemplo de texto publicado onde se verifica o “Interesse Privado”⁶².

6.4. Critério de Noticiabilidade dos Textos Publicados:



O “Critério de Noticiabilidade” foi outro aspeto observado nos textos publicados. Em alguns casos identificou-se mais do que um critério, no entanto optou por se escolher aquele que melhor definia ou caracterizava o texto. Deste modo, o gráfico mostra que a maior parte dos textos publicados, 64 por cento, tem presente o critério da “Proximidade”. Eleição dos órgãos sociais para a Associação de Pais e Encarregados de Educação da Escola Secundária Frei Heitor Pinto da Covilhã; a apresentação pública da banda “Hipotética” em Silvares; crianças do Jardim de Infância de Verdelhos visitam escola de música de Belmonte; cantata ao Menino Jesus na igreja paroquial de Unhais da Serra; e a abertura do “Troika Café”, um restaurante do Fundão que serve refeições até às duas da manhã são os temas de alguns textos onde se verificou o critério da “Proximidade”. Ao critério da “Polémica” segue-se o da “Polémica” identificado em 13 por cento dos textos. Desigualdade social vivida em Portugal; o valor cobrado nas portagens da A23; o fracasso do plano de sustentabilidade financeira e económica da Santa Casa da Misericórdia da Covilhã; o apelo à emigração feito pelo primeiro-ministro Pedro Passos Coelho; e o impacto da Televisão Digital Terrestre em algumas zonas do interior do país são temas de textos publicados onde se identificou o critério da “Polémica”. “Significado” está em 8 por cento dos textos. Alguns deles com temas referentes à substituição do Aeródromo da Covilhã pelo Data Center; às visitas ao domicílio, promovidas pelo Centro de Psiquiatria da Covilhã, com o intuito de fazer companhia e administrar medicação aos utentes com doenças mentais; ao trabalho de Michel Giacometti e a sua passagem pelo interior de Portugal; e ao primeiro automóvel que chegou à Covilhã. Em 5 por cento dos textos publicados verificou-se o critério da “Agressividade”. São exemplos uma carta de leitor que acusa a Câmara Municipal da Covilhã e Junta de freguesia de

⁶² Anexo 12 Ponto 1.B

Verdelhos (Covilhã) de não cumprirem as promessas que se fazem antes das eleições e outra referente ao deficiente serviço prestado aos utentes, sem médico de família, que recorrem ao Centro de Saúde do Fundão. “Estranheza” está presente em 3 por cento dos textos, isto é, duas notícias sobre o comportamento violento e permanente, perante colegas e professores, de um aluno de dez anos do 1º Ciclo de Ensino Básico (Castelo Branco). Tal como o critério da “Estranheza”, “Interesse” está patente em 3 por cento dos textos publicados, de que é exemplo aquele sobre a crise “interior” do ser humano. “Repercussões” é o critério identificado em 2 por cento dos textos publicados, na realidade apenas um texto. Este é uma carta de leitor e remete para o facto de o Ministério da Saúde ter anunciado que vai disponibilizar nos Centros de Saúde consultas de especialidade para diabéticos, isto é, um serviço médico disponível apenas uma vez por semana durante duas a três horas. Quem escreve o texto não concorda com a medida, pois esta obriga o doente a ter que se dirigir ao seu médico de família sempre que necessita de fitas para testar a glicémia. O autor propõe que se repense a medida e sugere que as fitas sejam disponibilizadas na farmácia, para bem dos doentes. Num texto (carta de leitor) não foi identificado nenhum critério de noticiabilidade. Um em que o autor do texto felicita o “João” pela apresentação da sua tese de doutoramento na Reitoria da Universidade de Lisboa. Apesar de se tratar de uma carta de leitor, onde a liberdade de escrita e escolha de tema a tratar é maior para o leitor, considerou-se que o tema não tem qualquer interesse de noticiabilidade⁶³.

7. Momento Anterior à Publicação e Momento Posterior à Publicação:

Para facilitar a comparação de elementos (título, lead, corpo do texto, imagem, autoria e assinatura), antes e depois da publicação, optou-se, nesta fase e para facilitar a interpretação dos dados, por pegar no conjunto dos 62 “Textos/Pedido de Publicação”, “Informações/Pedido de Publicação” e “Sugestões”, efetivamente publicados, antes de sofrerem qualquer alteração de género ou transformação em género, isto é, antes de um texto considerado breve e de uma carta de leitor se terem tornado notícias; antes de uma de dez “Informações” se ter transformado numa breve e as restantes nove em notícias; antes de uma “Sugestão” se ter tornado numa reportagem e outra numa notícia.

⁶³ Anexo 13 Ponto 1.B

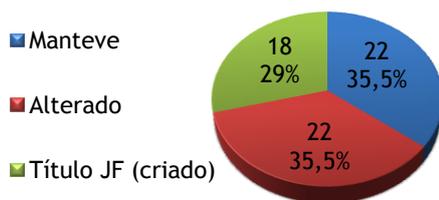
7.1. Título, Antes e Depois da Publicação:

7.1.1. Título - Momento Anterior à Publicação:

	Textos enviados JF/Publicados (considerados)						Total
	Notícia	Breve	Texto de Opinião	Crónica	Entrevista	Cartas de Leitor	
Com Título	23	1	2	2	1	16	45
%	46	2	4	4	2	32	90
Sem Título	3	0	0	0	0	2	5
%	6	0	0	0	0	4	10
Total	26	1	2	2	1	18	50
%	52	2	4	4	2	36	100

Dos 50 “Textos/Pedido de Publicação” selecionados para publicação, quantos traziam um título formulado? A grelha revela que 45 textos, isto é, 90 por cento, traziam título e cinco textos, isto é, 10 por cento, não o traziam. Dos cinco textos sem título, três são considerados notícias e dois cartas de leitor.

7.1.2. Título dos Textos Publicados - Momento Posterior à Publicação:



Publicados os textos, verificou-se que o *Jornal do Fundão* manteve 35,5 por cento dos títulos formados pelo autor do texto (17,7 por cento de cartas de leitor, 9,7 de notícias, 3,2 de textos de opinião, 3,2 de crónicas e a entrevista), alterou 35,5 por cento dos títulos (27,4 por cento de notícias, 6,5 por cento de cartas de leitor e a breve que se tornou notícia publicada⁶⁴) e criou 29 por cento dos títulos (criou o título a três cartas: duas delas são as cartas de leitor enviadas sem um título formulado e uma delas corresponde à carta de leitor tornada notícia⁶⁵; criou o título das dez “Informações” publicadas: uma sob a forma de breve e nove sob a forma de notícia; criou o título de duas “Sugestões” publicadas: uma sob a forma de notícia e outra sob a forma de reportagem; as três notícias, 4,8 por cento dos textos, enviadas por e-mail sem título, foram publicadas com um título criado pelo Jornal). Constatase assim que a maior parte dos títulos publicados, 64,5 por cento, é da autoria do *Jornal do Fundão*⁶⁶.

⁶⁴ Uma pessoa enviou uma notícia e uma breve, as duas relacionadas em tema. O *Jornal do Fundão* publicou a notícia e integrou a informação da breve na notícia. Deste modo, a breve tornou-se notícia, ou melhor, parte integrante da notícia.

⁶⁵ Uma pessoa, residente na Finlândia, enviou para o *Jornal do Fundão* uma carta de leitor sobre as más, ou preocupantes condições do lar da Santa Casa da Misericórdia da Covilhã, onde tem um familiar. Por estar escrita em Francês e por o fecho do jornal ser no dia em que o texto foi enviado, o *Jornal do Fundão* optou por escrever uma notícia sobre o assunto.

⁶⁶ Anexo 14 Ponto 1.B

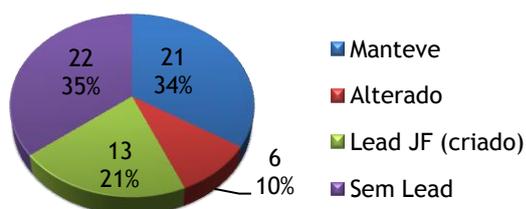
7.2. Lead, Antes e Depois da Publicação:

7.2.1. Lead - Momento Anterior à Publicação:

	Textos enviados JF/Publicados (considerados)						Total
	Notícia	Breve	Texto de Opinião	Crônica	Entrevista	Cartas de Leitor	
Com Lead	25	1	0	0	1	1	28
%	50	2	0	0	2	2	56
Sem Lead	1	0	2	2	0	17	22
%	2	0	4	4	0	34	44
Total	26	1	2	2	1	18	50
%	52	2	4	4	2	36	100

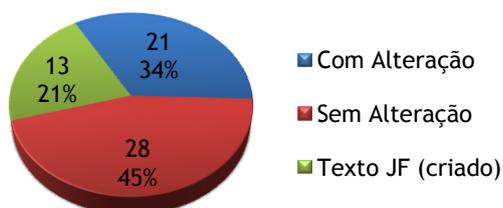
Dos 50 “Textos/Pedidos de Publicação” selecionados para publicação, quantos traziam um lead formulado? A grelha revela que 28 textos, isto é, 56 por cento, traziam lead e 22 textos, isto é, 44 por cento, não o traziam. Dos 22 textos sem lead, um é considerado notícia, dois textos de opinião, dois considerados crônicas e 17 são cartas de leitor.

7.2.2. Lead dos Textos Publicados - Momento Posterior à Publicação:



Depois dos textos publicados verificou-se que o *Jornal do Fundão* manteve 34 por cento dos leads formados pelo autor do texto (32,3 por cento de notícias, 1,6 por cento de cartas de leitor e a entrevista), alterou 10 por cento dos leads (8,1 por cento de notícias e a breve inteira, aquela que se tornou notícia) e criou 21 por cento dos leads (criou o lead das dez informações publicadas: uma sob a forma de breve e nove sob a forma de notícia; o lead das duas sugestões: uma sob a forma de notícia e outra sob a forma de reportagem; e o de uma carta de leitor, a que se tornou notícia). 35 por cento dos textos foram publicados sem lead (um considerado notícia, dois textos de opinião, duas crônicas e 16 cartas de leitor que chegaram à redação sem lead mantiveram-se sem lead quando publicados). Constata-se assim que a maior percentagem dos leads publicados, 34 por cento, pertence aos autores dos textos enviados por e-mail⁶⁷.

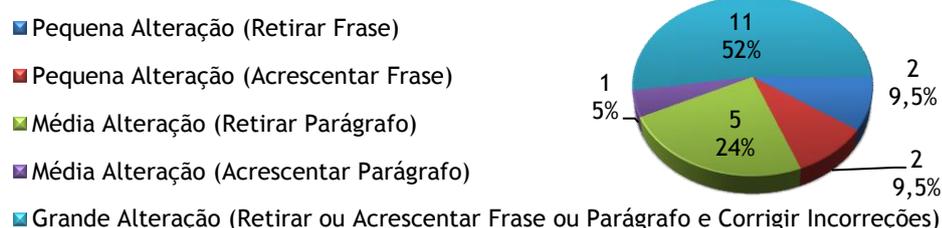
7.3. Alteração do Corpo dos Textos Publicados:



⁶⁷ Anexo 15 Ponto 1.B

Nesta fase constatou-se, também, que o *Jornal do Fundão* não alterou o corpo da maior parte dos textos selecionados para publicação, isto é, 45 por cento⁶⁸ (25,8 por cento de cartas de leitor, 12,9 por cento de notícias, 3,2 por cento de textos de opinião, 1,6 por cento de crónicas e a entrevista). No entanto, 34 por cento dos textos publicados sofreu alterações ao nível da sua construção (29 por cento de notícias, a breve que se tornou notícia publicada, uma crónica e uma carta de leitor) e 21 por cento dos textos publicados foram elaborados pelo *Jornal do Fundão*⁶⁹ (uma carta de leitor, a que se tornou notícia; as dez “Informações” publicadas: uma sob a forma de breve e nove sob a forma de notícia; bem como as duas “Sugestões”: uma sob a forma de notícia e outra sob a forma de reportagem foram publicadas com um texto criado pelo Jornal).

7.3.1. Tipo de Alterações do Corpo dos Textos Publicados:



Sabe-se que 21 dos textos enviados por correio eletrónico e selecionados para publicação sofreram alterações ao nível do corpo do texto. Terão sido grandes, médias ou pequenas modificações de texto? Para melhor especificar o tipo de alteração foi criada a categoria “Tipo de Alterações” e, dentro desta, criaram-se as seguintes subcategorias: “Pequena Alteração” que inclui o retirar ou acrescentar de uma ou mais frases, em pouca quantidade; a “Média Alteração” que inclui o retirar ou acrescentar de um ou mais parágrafos, também em pouca quantidade; e a “Grande Alteração” que inclui o retirar ou o acrescentar de frases ou parágrafos, mas em grande quantidade, juntamente com a correção de erros de sintaxe e semântica detetados no texto. Mostra o gráfico que a maior parte dos textos modificados ao nível do seu corpo de texto, 52 por cento, sofreu uma “Grande Alteração (Retirar ou Acrescentar Frase ou Parágrafo e Corrigir Incorreções)” (52,4 por cento de notícias⁷⁰). 24 por cento dos textos sofreram uma “Média Alteração (Retirar Parágrafo)”

⁶⁸ Anexo 16 Ponto 1.B

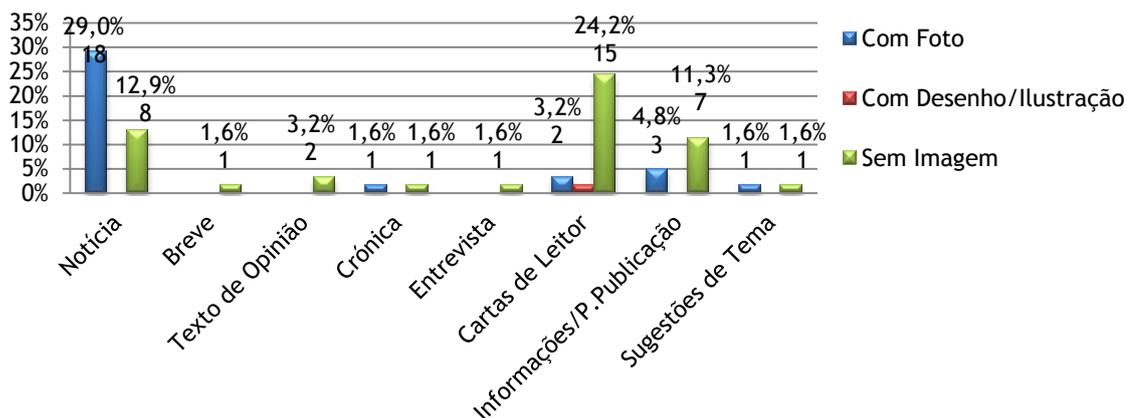
⁶⁹ 21 por cento dos textos corresponde a 13 textos, isto é, as dez informações publicadas (uma sob a forma de breve e nove sob a forma de notícia), as duas sugestões (uma sob a forma de notícia e outra sob a forma de reportagem) e a carta de leitor (tornada notícia).

⁷⁰ Quer dizer que além de, a estas notícias, o *Jornal do Fundão* ter retirado ou acrescentado frases ou parágrafos, corrigiu também outros aspetos, ou seja, aperfeiçoou frases mal formuladas, às vezes reconstruindo a quase totalidade do texto, e pontuação mal aplicada que, em alguns casos, tornava o texto confuso. Retirou, destas notícias, falas e verbos que evidenciavam a presença da primeira pessoa do singular e a segunda do plural, bem como o uso abusivo de adjetivos qualificativos e expressões incorretas, repetidas e utilizadas com alguma abundância (por exemplo, os “presentes” aplaudiram; os “presentes” elogiaram; os “presentes” participaram; os “presentes” comemoraram, entre outros). Livrou os textos, neste caso notícias, de factos irrelevantes, carregados de opinião pessoal, apagou elogios, parabéns ou agradecimentos que o autor do texto escreveu para si, sobre o seu trabalho, para outras pessoas ou instituições. Deu aos eventos/acometimentos, retratados nos textos, uma visão mais séria e próxima do real, em vez de manter a visão alegre, satisfeita e demasiado perfeita do acontecimento.

(19 por cento de notícias e uma crónica), 9,5 por cento uma “Pequena Alteração (Retirar Frase)” (uma notícia e uma carta de leitor), outros 9,5 por cento uma “Pequena Alteração (Acrescentar Frase)” (duas notícias) e, finalmente, 5 por cento dos textos (publicados) modificados sofreram uma “Média Alteração (Acrescentar Parágrafo)” (a breve que se tornou notícia publicada)⁷¹.

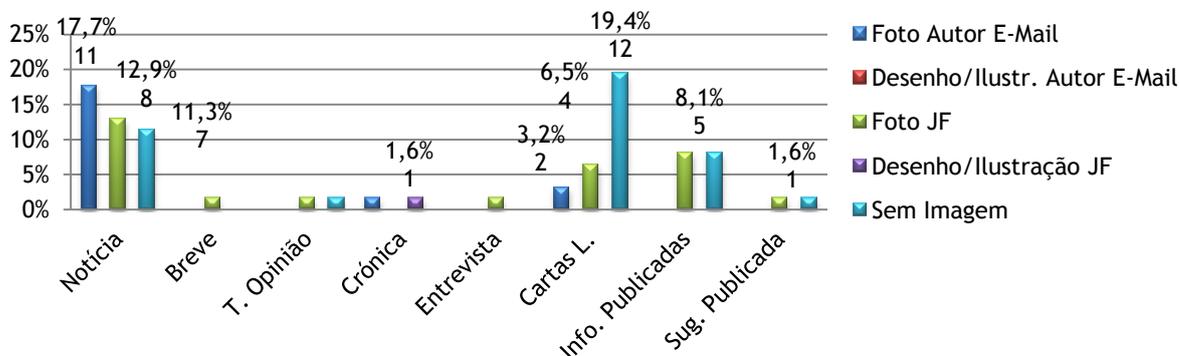
7.4. Imagem, Antes e Depois da Publicação:

7.4.1. “Conteúdos” entregues com Imagem - Momento Anterior à Publicação:



Dos 50 “Textos”, dez “Informações” e duas “Sugestões” selecionados para publicação, quantos traziam imagem em anexo? O gráfico revela que 22 “Textos” (18 considerados notícias, uma crónica e três cartas de leitor), isto é, 35,4 por cento, traziam imagem. Relativamente às “Informações”, constata-se que três das dez “Informações”, isto é, 4,8 por cento, chegaram à redação com fotografias anexadas. Das duas “Sugestões” uma trazia, em anexo, uma fotografia. Significa que, dos 62 e-mails com os diferentes “Conteúdos gerados por Leitores” (“Textos”, “Informações” e “Sugestões”) selecionados para publicação, 42 por cento traziam imagens em anexo, ao passo que a maior parte desses e-mails, 58 por cento, não continha nenhuma imagem⁷².

7.4.2. “Conteúdos” publicados com Imagem - Momento Posterior à Publicação:



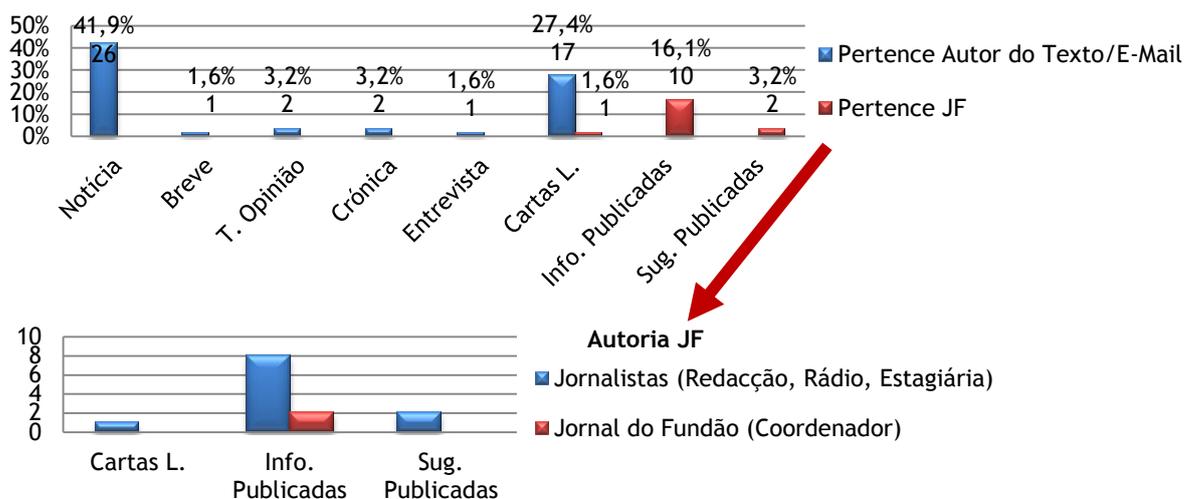
Terá o *Jornal do Fundão* optado por publicar os textos com as imagens enviadas por

⁷¹ Anexo 17 Ponto 1.B

⁷² Anexo 18 Ponto 1.B

correio eletrónico? O gráfico revela que 11 notícias, o que corresponde a 17,7 por cento dos “Textos”, foram publicadas com fotografias enviadas pelo autor do texto, bem como uma crónica e duas cartas de leitor. Pelo contrário, oito notícias, isto é, 12,9 por cento dos textos, a breve (que se tornou notícia), um texto de opinião, a entrevista, quatro cartas de leitor, o que corresponde a 6,5 por cento dos textos, cinco “Informações” (publicadas sob a forma de género), assim como uma das “Sugestões” (tornada género) foram publicados com fotografias do *Jornal do Fundão*. Com desenho/ilustração do *Jornal do Fundão* está também uma crónica. Após a publicação dos textos verificou-se que sete notícias, ou seja, 11,3 por cento dos textos, um texto de opinião, cinco “Informações” e uma “Sugestão” foram publicados sem imagem. Em suma, apenas 14 textos, o que corresponde a uma percentagem de 22 por cento, foram publicados com fotografias que pertencem ao autor do texto. Convém lembrar, neste ponto, que dos 62 e-mails selecionados para publicação 42 por cento traziam imagens em anexo. Ainda assim, a maior parte dos textos, 58 por cento, foi publicada com imagem, mas sobretudo com imagens do *Jornal do Fundão*. Mostra o gráfico que 34 por cento dos textos têm fotografias do *Jornal do Fundão* e 2 por cento têm desenhos/ilustrações do *Jornal do Fundão*. 42 por cento dos textos publicaram-se sem qualquer imagem⁷³.

7.5. Autoria dos “Textos, Informações e Sugestões” Publicados:



Neste momento, sabe-se que alguns textos foram publicados com alterações, ou ao nível do título ou ao nível do lead. Sabe-se que alguns textos, no que diz respeito ao corpo do texto, sofreram, além de “Pequenas” e “Médias”, “Grandes” modificações e que o *Jornal do Fundão* chegou a reformular ou reconstruiu a quase totalidade do corpo de alguns textos. Também se sabe que 42 por cento dos 62 e-mails, que continham “Conteúdos” selecionados para publicação, traziam em anexo imagens e, ainda assim, o *Jornal do Fundão* optou, nalguns casos, por publicar fotografias suas. Independentemente das alterações efetuadas, algumas das vezes com o intuito de corrigir ou melhorar a qualidade do texto e por vezes economizar espaço nas edições do Jornal, os textos têm um criador primeiro. A autoria do

⁷³ Anexo 19 Ponto 1.B

que foi publicado centra-se neste aspeto, na questão de pertença primeira e iniciativa de escrita. Sabe-se assim, e olhando para os gráficos, que as 26 notícias, a breve (publicada sob a forma de notícia), os dois textos de opinião, as duas crónicas, a entrevista e 17 cartas de leitor pertencem ao autor do texto/e-mail. Por outro lado, verifica-se que a carta de leitor (publicada sob a forma de notícia), as dez “Informações” (nove publicadas sob a forma de notícia e uma sob a forma de breve) e as duas “Sugestões” (uma publicada sob a forma de notícia e outra sob a forma de reportagem) foram escritas pelos jornalistas (da redação, rádio e estagiária), pertencendo ao *Jornal do Fundão*. Tendo em conta este dado, terão os textos sido publicados com a assinatura do autor do texto/e-mail e as “Informações” e “Sugestões”, publicadas sob a forma de género, com a assinatura dos jornalistas e Coordenador do *Jornal do Fundão*? A resposta à pergunta encontra-se no seguinte ponto, referente à assinatura dos textos publicados.

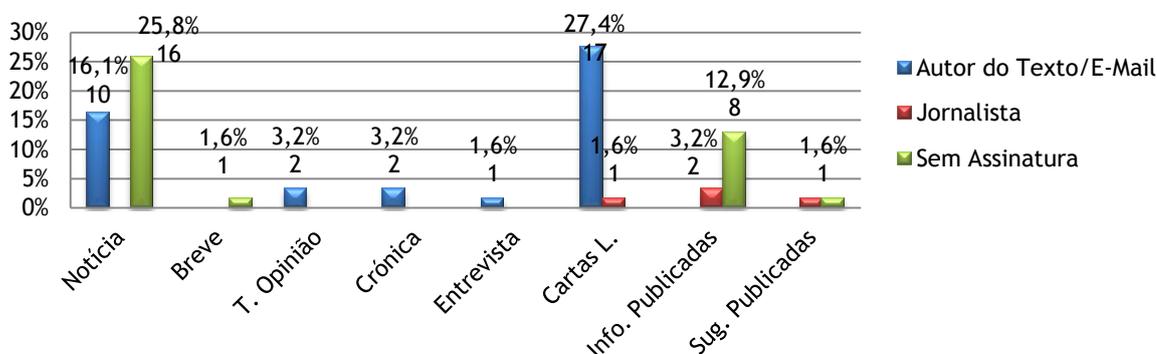
7.6. Assinatura, Antes e Depois da Publicação:

7.6.1. Assinatura - Momento Anterior à Publicação:

	Textos/Pedido de Publicação						Total
	Notícia	Breve	Texto de Opinião	Crónica	Entrevista	Cartas de Leitor	
Com Assinatura	24	1	2	2	1	18	48
%	48	2	4	4	2	36	96
Sem Assinatura	2	0	0	0	0	0	2
%	4	0	0	0	0	0	4
Total	26	1	2	2	1	18	50
%	52	2	4	4	2	36	100

Dos 50 “Textos/Pedidos de Publicação” selecionados para publicação, quantos traziam assinatura? A grelha revela que 48 textos, isto é, 96 por cento, traziam assinatura e dois textos, isto é, 4 por cento, não a traziam. Os dois textos sem assinatura são, como mostra a grelha, considerados notícias. A breve, os dois textos de opinião, as duas crónicas, a entrevista e as 18 cartas de leitor estavam assinados.

7.6.2. Assinatura nos Textos Publicados - Momento Posterior à Publicação:



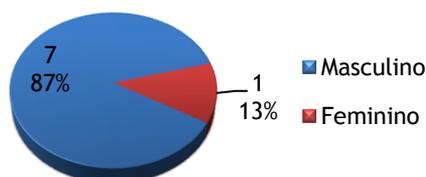
Após a verificação da publicação dos textos constatou-se que dos 50 “Textos/Pedido de Publicação” (26 considerados notícias, uma breve, dois textos de opinião, duas crónicas, uma entrevista e 18 cartas de leitor) selecionados para publicação, 33 foram publicados com

assinatura. Dez notícias, o que corresponde a 16,1 por cento dos textos, foram publicadas com a assinatura do autor do texto/e-mail, bem como os dois textos de opinião (3,2 por cento), as duas crónicas (3,2 por cento), a entrevista (1,6 por cento) e 17 cartas de leitor (27,4 por cento). A carta de leitor (publicada sob a forma de notícia) foi assinada por um jornalista. Relativamente às dez “Informações/Pedido de Publicação” (nove publicadas sob a forma de notícia e uma sob a forma de breve) e às duas “Sugestões de Tema” (uma publicada sob a forma de notícia e outra sob a forma de reportagem) selecionadas para publicação, sabe-se que os doze temas foram escritos e trabalhados por alguém da redação do *Jornal do Fundão*, no entanto, apenas três temas, duas “Informações” (publicadas sob a forma de notícia) e uma “Sugestão” (publicada sob a forma de reportagem) foram publicadas com a assinatura dos jornalistas. Portanto, 16 notícias, o que equivale a 25,8 por cento dos textos publicados, a breve (publicada sob a forma de notícia), 8 “Informações” (7 publicadas sob a forma de notícia e uma sob a forma de breve) e uma “Sugestão” (publicada sob a forma de notícia) foram publicadas sem assinatura. Constatou-se, assim, que a maior parte dos textos, 58 por cento, foi publicada com a assinatura. 52 por cento dos textos com a assinatura do autor do texto/e-mail e 6 por cento dos textos com a assinatura de jornalistas do *Jornal do Fundão*, ao contrário de 42 por cento dos textos, publicados sem assinatura⁷⁴.

4.2. Análise quantitativa dos Resultados: Deslocação Pessoal

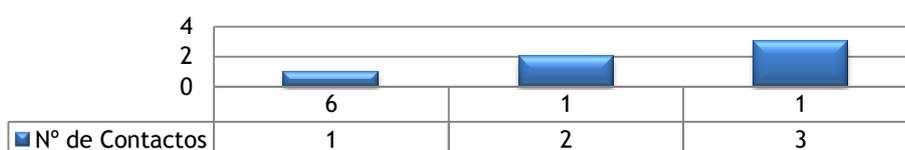
Ponto 2.A - Deslocação Pessoal ao *Jornal do Fundão*: Receção da Informação, desde a última semana de Novembro de 2011, dia 22, até Janeiro de 2012, dia 31.

1. Género dos leitores que contactaram o *Jornal do Fundão*:



Durante os dois meses de recolha de dados, Dezembro e Janeiro, contactaram o *Jornal do Fundão* oito pessoas por deslocação pessoal. Foi possível verificar, antes de inquiridas e através de observação presencial, qual o género predominante dos leitores que efetuaram o contacto. A maioria, sete, o que corresponde a 87 por cento, foi homens, ao passo que a minoria, um, ou seja, 13 por cento, mulheres.

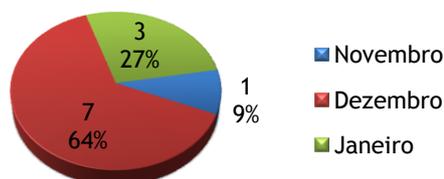
2. Número de contactos por pessoa:



⁷⁴ Anexo 20 Ponto 1.B

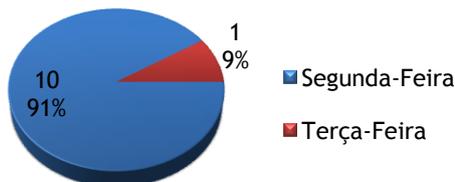
Dos oito leitores, seis contactaram o *Jornal do Fundão* uma única vez durante os dois meses. Um leitor efetuou duas vezes o contacto e outro três vezes o contacto. Significa que a maior parte das pessoas que se deslocou ao Jornal, à semelhança daquelas que o contactaram por e-mail, efetuou o contacto com o *Jornal do Fundão* uma vez durante os meses de estudo.

3. Contactos por Mês:



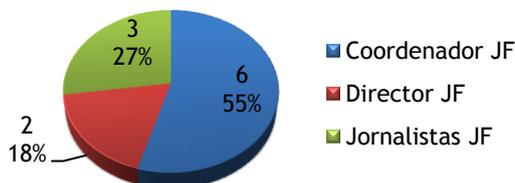
O gráfico revela que na última semana de Novembro se deslocou ao *Jornal do Fundão* uma pessoa, 9 por cento da percentagem, para entregar algum tipo de “Conteúdo”. Também demonstra que o mês em que se registou um maior número de contactos efetuados, neste caso sete, 64 por cento da percentagem, foi o de Dezembro. Em Janeiro foram entregues três tipos de “Conteúdos”, logo efetuados 27 por cento dos contactos por deslocação pessoal.

4. Dias da Semana em que mais contactos foram efetuados:



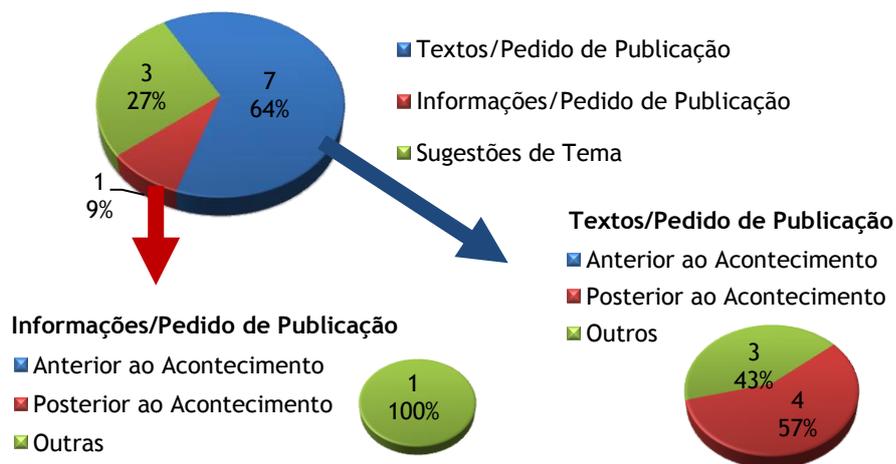
A Segunda-Feira, seguida pela Terça-Feira, foi o dia da semana eleito para efetuar contacto direto e pessoal com o *Jornal do Fundão*. Da totalidade de 11 “Conteúdos”, 91 por cento, isto é, dez, foi entregue pessoalmente na Segunda-Feira e 9 por cento, ou seja, um tipo de “Conteúdo”, na Terça-Feira. Dois aspetos estarão relacionados com este facto: o fecho do Jornal ser à Terça-Feira e a realização da Feira semanal e abertura do Mercado Tradicional no Fundão ser à Segunda-Feira.

5. Recetor da Informação:



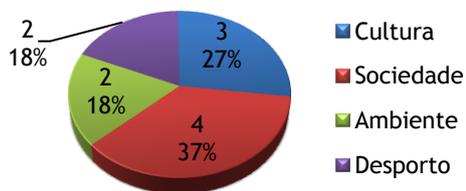
Em dois meses de recolha de dados constatou-se, através de observação direta, que na maior parte dos contactos efetuados por deslocação pessoal, seis (55 por cento), as pessoas se dirigiram ao Coordenador da redação do *Jornal do Fundão* para entregar um texto, para o informar de um evento/acontecimento ou situação e sugerir temas de notícia. Em três (27 por cento) contactos estabelecidos pessoalmente, as pessoas dirigiram-se a jornalistas da redação e em dois contactos (18 por cento) dirigiram-se ao Diretor do Jornal.

6. “Conteúdos gerados por Leitores” entregues no *Jornal do Fundão*:



Os “Conteúdos” entregues no *Jornal do Fundão*, durante os meses de estudo, resumem-se a sete “Textos” (64 por cento), quatro considerados notícias, duas crónicas, e ainda uma carta de leitor, três “Sugestões de Tema” (27 por cento) e uma “Informações” (9 por cento). No que diz respeito aos “Textos”, verificou-se que a maior parte deles, neste caso quatro, se referia a acontecimentos ou eventos que já tinham ocorrido. Os outros três “Textos”, bem como a “Informações” foram inseridos na categoria “Outros”, utilizada para introduzir aqueles textos que se referiam a uma realidade generalizada, algo que transcende o evento visual. Falar sobre a alteração de hábitos da sociedade ou sobre a falta de higiene ou limpeza pública, encontrada em edifícios ou ruas, são exemplo desse tipo de textos.

6.1. Temática identificada nos “Conteúdos gerados por Leitores”:



Durante a recolha de dados, entregues no *Jornal do Fundão*, identificou-se a temática presente nos “Textos”, “Informações” e “Sugestões de Tema”. Conforme representado no gráfico, “Sociedade” predomina em quatro “Conteúdos” (37 por cento da percentagem). Dentro desta temática estão textos que remetem para o facto de se viver numa sociedade de trabalho, cada vez mais consumista e interesseira e relacionados com a pavimentação de caminhos e arranjo de pontes, no Fundão, que cortou o acesso a terrenos e propriedades⁷⁵. “Cultura” destaca-se em segundo lugar por estar presente em três “Conteúdos” (27 por cento), com temas como um evento musical (grupos de banda filarmónica) realizado na Santa Casa da Misericórdia da Soalheira (Fundão), uma festa de Natal realizada por crianças que frequentam a Catequese de Alcaria (Fundão) e, ainda, uma mostra fotográfica, começada em 1994, sobre a Beira Interior. “Ambiente” e “Desporto” estão em terceiro lugar por se

⁷⁵ Anexo 1 Ponto 2.A

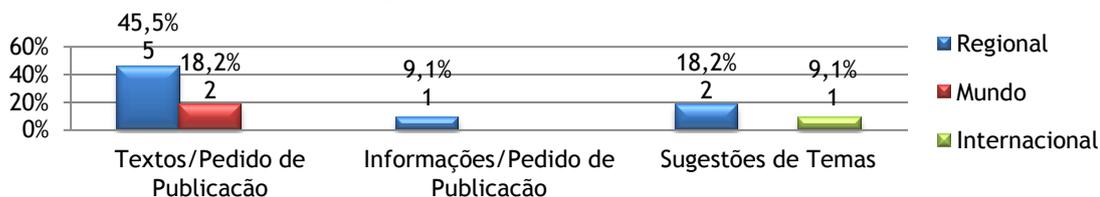
encontrarem presentes, cada temática, em dois “Conteúdos” (18 por cento cada). Em “Ambiente” destacam-se temas relacionados com a falta de higiene e limpeza pública, encontrada em edifícios ou ruas do Fundão, e em “Desporto” temas referentes à divulgação de um serviço de treino personalizado ao domicílio e um concurso de hipismo realizado em Donas (Fundão)⁷⁶.

6.2. Espaço Geográfico identificado nos “Conteúdos gerados por Leitores”:



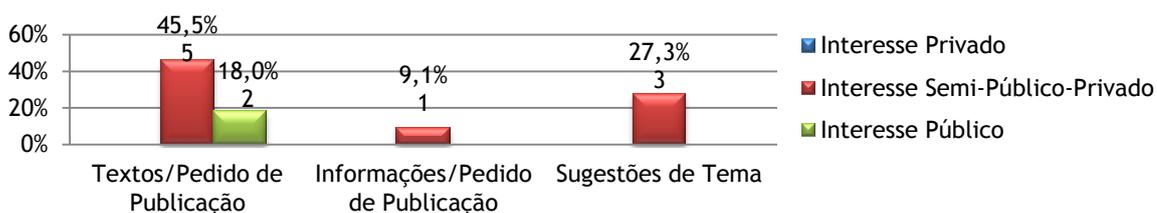
Na fase de recolha de dados o “Espaço Geográfico” foi um aspeto observado. Que lugares retrata a generalidade dos “Conteúdos” entregues no *Jornal do Fundão*? O gráfico de barras mostra que o Fundão está presente na quase totalidade destes “Conteúdos”. Cinco “Textos”, a “Informações” e as três “Sugestões de Tema” estão relacionados com o “Fundão”. Apenas dois “Textos” “Não Têm” “Espaço Geográfico” identificado. Um dos textos refere-se à sociedade atual como sendo consumista (materialista) e interesseira. Uma sociedade que precisa de ter (contactos, roupa de marca, estatuto, êxito), esquecendo-se de ser (afeto). O outro texto defende a ideia de que o Homem precisa de gozar a vida enquanto vive. Não viver só para o trabalho, mas para si e para os seus. Cuidar de si, fomentar e solidificar relações humanas.

6.2.1. Contexto do Espaço Geográfico:



O Fundão, identificado na maior parte dos “Conteúdos” entregues no *Jornal do Fundão*, aparece retratado em contexto “Regional” e também “Internacional”. Apenas dois “Textos”, anteriormente sinalizados por não possuir “Espaço Geográfico”, foram introduzidos no contexto “Mundo”, a categoria basicamente utilizada para inserir textos que chegaram ao *Jornal do Fundão* sem “Espaço Geográfico”.

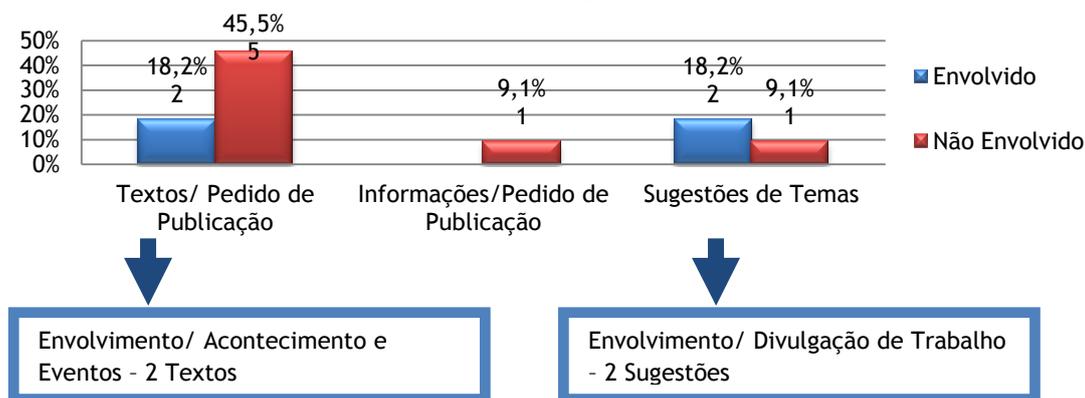
6.3. Interesse Informativo dos “Conteúdos gerados por Leitores”



⁷⁶ Anexo 2 Ponto 2.A

Que “Interesse Informativo” terão os “Textos”, “Informações” e “Sugestões” entregues no *Jornal do Fundão*? As barras vermelhas do gráfico indicam que a maior parte dos “Conteúdos”, entregues na redação do Jornal, é de “Interesse Semi-Público-Privado”, um tipo de interesse caracterizado por não ser absolutamente privado ou público, mas privado com repercussão pública. Apenas dois dos “Conteúdos” foram identificados como sendo de “Interesse Público”, os mesmos sinalizados por não possuir “Espaço Geográfico”.

6.4. Envolvimento do Autor do Texto/Deslocação Pessoal nos Acontecimentos:



Escreverão os leitores sobre si e sobre o seu trabalho? De 11 tipos de “Conteúdos” entregues pessoalmente no *Jornal do Fundão*, apenas quatro, ou seja, dois “Textos” e duas “Sugestões de Tema”, apontam nesse sentido. Dois “Textos” retratavam um acontecimento ou evento que o próprio autor do texto teria organizado ou iria organizar e duas “Sugestões de Tema” referiam-se à apresentação de um trabalho/novo projeto que o autor da sugestão estaria a preparar.

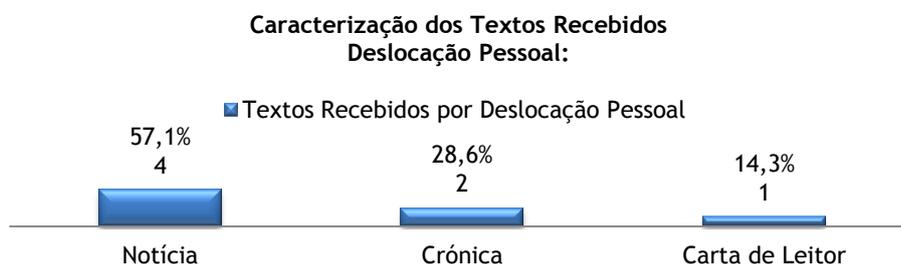
6.5. “Conteúdos gerados por Leitores” entregues com Imagem:



Na fase de recolha de dados verificou-se se os “Textos” eram entregues com imagem e se na transmissão de “Informações” ou “Sugestões de Temas” as pessoas levavam consigo as imagens que, no seu entender, deveriam ilustrar ou sustentar o texto que queriam ver publicado. Constatou-se que dois dos “Textos” (18,2 por cento), neste caso as duas crónicas, traziam duas fotografias (do seu autor) e que uma “Sugestão de Tema” (9,1 por cento) implicou a entrega de fotografias, três (uma fotografia de quem sugere o tema e duas fotografias sobre o evento), para posteriormente sustentar o texto escrito. Cinco “Textos”

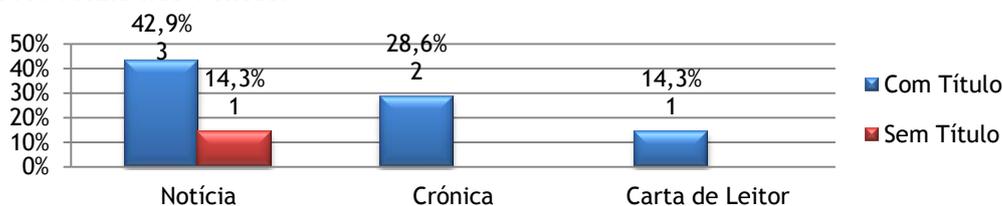
(45,5 por cento), a “Informações” (9,1 por cento) e duas “Sugestões de Tema” (18,2 por cento) foram entregues ou transmitidas sem o complemento da imagem⁷⁷.

7. Género de “Textos/Pedido de Publicação”:



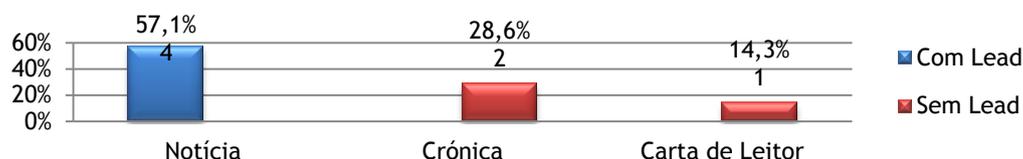
Depois de uma análise focada na receção generalizada da informação, isto é, os diferentes “Conteúdos gerados por Leitores”, verificou-se se os “Textos” entregues pessoalmente no *Jornal do Fundão*, quatro considerados notícias, dois considerados crónicas e um carta de leitor, possuíam elementos como título, lead e assinatura.

7.1. Título nos Textos:



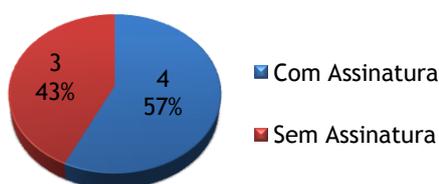
O gráfico mostra que a maior parte dos “Textos” entregues no *Jornal do Fundão*, seis textos, trazia formulado um título. Apenas um texto, considerado notícia, não o possuía.

7.2. Lead nos Textos:



Constatou-se ainda que quatro textos, considerados notícias, traziam um lead formulado no momento em que foram entregues no *Jornal do Fundão*, ao contrário dos outros três textos, ou seja, dois considerados crónicas e um carta de leitor, que não possuíam lead. Embora a quantidade de textos seja menor, os resultados revelam-se positivos. Isto porque os textos que devem ter lead, as notícias, o têm. Crónicas ou cartas de leitor podem ou não adquiri-lo. Nestes casos, a regra não é uma imposição.

7.3. Assinatura nos Textos:



⁷⁷ Anexo 3 Ponto 2.A

Relativamente à assinatura, o gráfico circular mostra que quatro dos textos entregues no *Jornal do Fundão* (um considerado notícia, dois crónicas e um carta de leitor) (57 por cento) estavam assinados e três textos (43 por cento) não estavam. Estes sem assinatura são considerados notícias (42,9 por cento), como é possível verificar no gráfico de barras em anexo⁷⁸.

4.2.1. Ponto 2.B - Deslocação Pessoal ao *Jornal do Fundão*: Publicação da Informação, durante os meses de Dezembro de 2011, Janeiro e Fevereiro de 2012.

1. Publicação da Informação (Deslocação Pessoal):

	Conteúdos gerados por Leitores/Publicados					Total
	Textos/Pedido de Publicação (considerados)			Informações/Pedido de Publicação	Sugestões de Tema	
	Notícia	Crónica	Carta de Leitor			
Publicado	2	2	1	0	2	7
%	18,2	18,2	9,1	0,0	18,2	63,6
Não Publicado	2	0	0	1	1	4
%	18,2	0,0	0,0	9,1	9,1	36,4
Total	4	2	1	1	3	11
%	36,4	18,2	9,1	9,1	27,3	100,0

Passados os três meses, Dezembro, Janeiro e Fevereiro, constatou-se que cinco, dos sete “Textos/Pedido de Publicação” entregues no *Jornal do Fundão*, foram publicados. Destes fazem parte dois dos quatro considerados notícias (18,2 por cento), os dois considerados crónicas (18,2 por cento) e a carta de leitor (9,1 por cento). Também duas (18,2 por cento) das três “Sugestões de Tema” se publicaram. Conforme mostra a grelha, não foram publicados dois dos textos considerados notícias (18,2 por cento), a “Informações/Pedido de Publicação” (9,1 por cento) e uma “Sugestão de Tema” (9,1 por cento).

2. Alteração de Género de “Textos” e Transformação de “Informações” e “Sugestões” em Género:

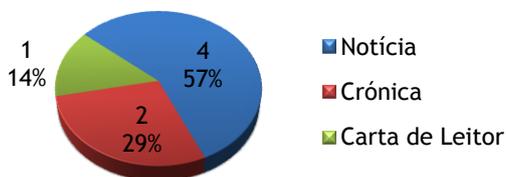
Depois de se apurar a quantidade de “Textos/Pedido de Publicação” e “Sugestões de Tema” publicados, verificou-se também se os “Textos” entregues no *Jornal do Fundão*, com determinado género (identificado), mantiveram o género; e em que género se tornaram as “Sugestões”. Mostra a grelha em anexo⁷⁹ que as duas notícias publicadas (28,6 por cento), as duas crónicas (28,6 por cento) e a carta de leitor (14,3 por cento) mantiveram o género. As

⁷⁸ Anexo 4 Ponto 2.A

⁷⁹ Anexo 1 Ponto 2.B

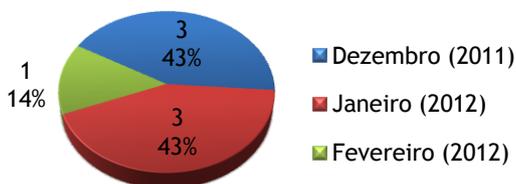
duas “Sugestões de Tema” (28,6 por cento) transformaram-se em géneros jornalísticos quando publicadas, neste caso em notícias⁸⁰.

3. Género de Textos Publicados:



Em suma, foram publicados sete textos: quatro considerados notícias (57 por cento), dois considerados crónicas (29 por cento) e um carta de leitor (14 por cento).

4. Mês de Publicação:



O gráfico circular mostra que em Dezembro foram publicados três textos (43 por cento) nas edições do *Jornal do Fundão*, em Janeiro outros três (43 por cento) e em Fevereiro apenas um (14 por cento), dos entregues pessoalmente.

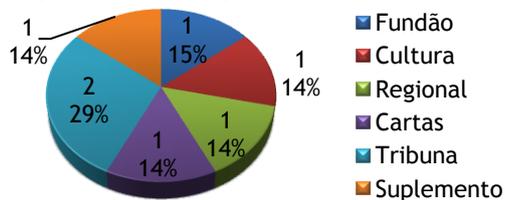
5. Organização e Destaque dos Textos Publicados (sete):

5.1. Na 1ª Página do Jornal:

Os textos publicados no *Jornal do Fundão* terão tido algum tipo de destaque na primeira página do Jornal? Adquire-se a resposta à pergunta quando se olha para as primeiras linhas das grelhas em anexo. Nenhum dos sete textos publicados obteve destaque na primeira página do Jornal⁸¹.

5.2. No Interior do Jornal:

5.2.1. Secção de Publicação:



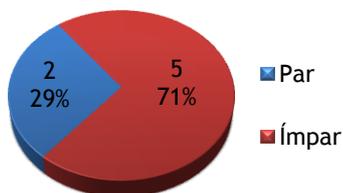
“Tribuna” foi a secção onde mais textos, dois (considerados crónicas) (29 por cento), foram publicados. Na secção “Fundão” foi publicado um texto (considerado notícia) (14 por cento), na de “Cultura” outro texto (notícia) (14 por cento) e na “Regional” mais um texto

⁸⁰ Anexo 2 Ponto 2.B

⁸¹ Anexo 3 Ponto 2.B

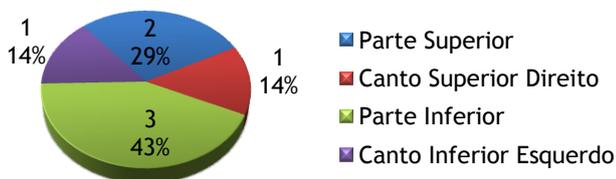
(notícia) (14 por cento). Nas secções “Cartas” e “Suplemento” foram publicados dois textos, um em cada secção (uma carta de leitor e uma notícia respetivamente)⁸².

5.2.2. Página de Publicação:



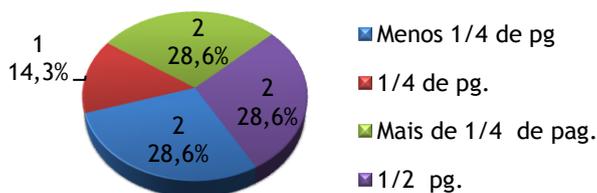
O gráfico circular revela que cinco textos (quatro considerados notícias e um crónica) (71 por cento) foram publicados em páginas “Ímpar” e dois textos (um crónica e um carta de leitor) (29 por cento) em páginas “Par”. Conclui-se para já que a maior parte dos “Conteúdos”, quer enviados por correio eletrónico quer entregues no *Jornal do Fundão*, foi publicada em páginas “Ímpar”⁸³.

5.2.3. Localização dos Textos na Página de Publicação:



Relativamente à “Localização do Texto” na página, concluiu-se que a maior parte dos textos, neste caso três (dois considerados crónicas e um carta de leitor) (43 por cento), foi publicada na “Parte Inferior” da página. Dois textos (considerados notícias) (29 por cento) foram publicados na “Parte Superior”, um (notícia) (14 por cento) no “Canto Inferior Esquerdo” da página e outro (notícia) (14 por cento) no “Canto Superior Direito” da página.⁸⁴.

5.2.4. Dimensão dos Textos na Página de Publicação:



Destes textos, entregues no *Jornal do Fundão* e publicados, dois ocuparam “Menos de Um Quarto de Página” (considerados notícias) (28,6 por cento), outros dois ocuparam “Mais de Um Quarto de Página” (notícias) (28,6 por cento) e outros dois “Meia Página” (considerados crónicas) (28,6 por cento). Um dos textos publicados ocupou “Um Quarto de Página” (carta de leitor) (14,3 por cento)⁸⁵.

⁸² Anexo 4 Ponto 2.B

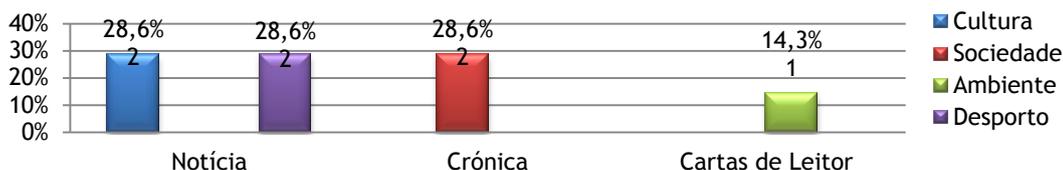
⁸³ Anexo 5 Ponto 2.B

⁸⁴ Anexo 6 Ponto 2.B

⁸⁵ Anexo 7 Ponto 2.B

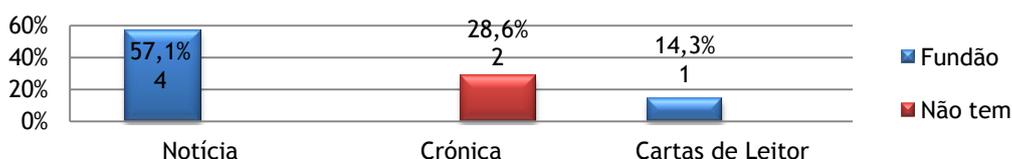
6. Informação intrínseca dos Textos Publicados:

6.1. Temática dos Textos Publicados:



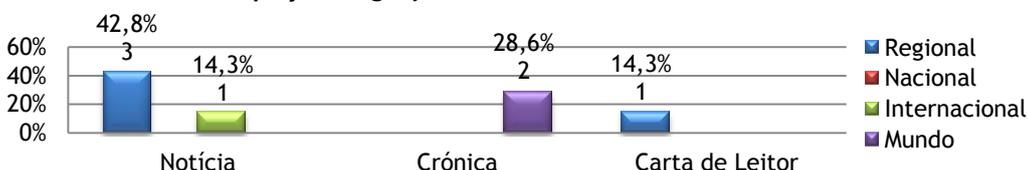
O gráfico mostra que “Cultura”, “Sociedade”, “Ambiente” e “Desporto” são as temáticas identificadas nos textos publicados. A barra azul indica que dois deles, considerados notícias, são sobre “Cultura” (28,6 por cento). Um sobre uma festa de Natal das crianças que frequentam a Catequese de Alcaria (Fundão) e outro sobre uma mostra fotográfica, começada em 1994, com imagens da Beira Interior e exposta este ano em Bruxelas. A barra rocha indica que dois textos publicados, notícias, são sobre “Desporto” (28,6 por cento). Um dos temas refere-se à divulgação de um novo serviço de treino personalizado ao domicílio, no Fundão, e outro refere-se a um concurso de hipismo, realizado em Donas (Fundão). A barra vermelha mostra que as duas crónicas publicadas são sobre “Sociedade” (28,6 por cento). Uma retrata a sociedade atual como sendo consumista (materialista) e interesseira. À qual basta ter (contactos, roupa de marca, estatuto, êxito), esquecendo-se de ser (afeto). E a outra defende a ideia de que o Homem precisa de gozar a vida enquanto vive. Não viver só para o trabalho e para os outros, mas para si e para os seus. A barra verde revela que a carta de leitor se encaixa na temática “Ambiente” (14,3 por cento). O texto refere-se à falta de higiene e limpeza, encontrada em ruas e num edifício antigo do Fundão.

6.2. Espaço Geográfico dos Textos Publicados:



Que lugares retrata a generalidade dos textos publicados? Como mostra o gráfico, o “Fundão” é o lugar que se encontra retratado na maior parte dos textos publicados, neste caso em cinco textos (71,4 por cento), quatro considerados notícias (57,1 por cento) e um carta de leitor (14,3 por cento). Em dois dos textos publicados, as crónicas (28,6 por cento), não foi identificado qualquer “Espaço Geográfico”. Um refere-se à sociedade atual como sendo consumista e interesseira e o outro defende a ideia de que o Homem precisa de gozar a vida enquanto vive. Cuidar de si e dos seus.

6.2.1. Contexto do Espaço Geográfico:



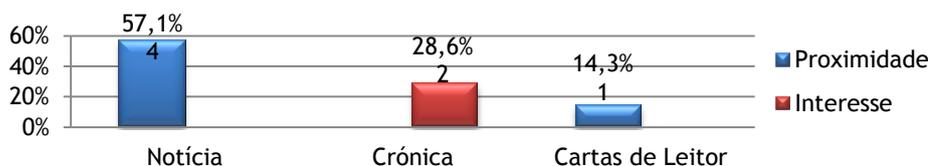
Como mostra o gráfico, quatro dos textos publicados (57,1 por cento) inseriram-se no contexto “Regional”. Destes textos, três são notícias (42,8 por cento) e um é uma carta de leitor (14,3 por cento). Uma notícia inseriu-se no contexto “Internacional” e as duas crónicas publicadas (28,6 por cento) sem a identificação de um “Espaço Geográfico” foram inseridas no contexto “Mundo”. Quanto ao contexto “Nacional”, não está presente em nenhum destes textos publicados.

6.3. Interesse Informativo dos Textos Publicados:



As barras vermelhas do gráfico indicam que a maior parte dos textos publicados, quatro considerados notícia e um carta de leitor, é de “Interesse Semi-Público-Privado” e que os dois considerados crónicas são de “Interesse Público”.

6.4. Critério de Noticiabilidade dos Textos Publicados:



O gráfico mostra que o critério da “Proximidade” foi identificado em cinco dos textos publicados (71,4 por cento). Destes textos, quatro são notícias (57,1 por cento) e um é carta de leitor (14,3 por cento). “Interesse” foi o critério identificado nas duas crónicas publicadas (28,6 por cento). Estes resultados revelam que “Proximidade” foi o critério que mais se encontrou na generalidade dos textos publicados, quer naqueles relacionados com os e-mails quer naqueles relacionados com a deslocação pessoal.

7. Momento Anterior à Publicação e Momento Posterior à Publicação:

Para facilitar a comparação de elementos (título, lead, corpo do texto, imagem, autoria e assinatura), antes e depois da publicação, optou-se, nesta fase e para facilitar a interpretação dos dados, por pegar no conjunto dos sete “Textos” e “Sugestões”, efetivamente publicados, antes de sofrerem qualquer alteração de género ou transformação em género, isto é, antes das duas sugestões se terem tornado notícias.

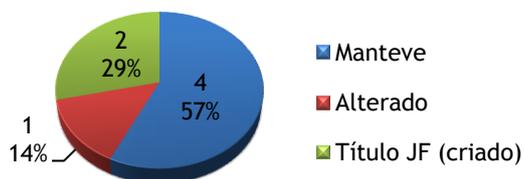
7.1. Título, Antes e Depois da Publicação:

7.1.1. Título - Momento Anterior à Publicação:

	Textos entregues JF/Publicados			Total
	Notícia	Crónica	Cartas de Leitor	
Com Título	2	2	1	5
%	40	40	20	100
Sem Título	0	0	0	0
%	0	0	0	0
Total	2	2	1	5
%	40	40	20	100

Dos cinco “Textos/Pedidos de Publicação” selecionados para publicação, quantos traziam um título formulado? A grelha mostra que os cinco textos, selecionados para publicação, traziam, no momento da entrega, um título formulado.

7.1.2. Título dos Textos Publicados - Momento Posterior à Publicação:



Publicados os textos, verificou-se que o *Jornal do Fundão* manteve quatro (uma notícia, duas crónicas e uma carta de leitor) (57 por cento) dos títulos formados pelo autor do texto, alterou um (notícia) (14 por cento) dos títulos e criou dois (duas sugestões publicadas sob a forma de notícia) (29 por cento) dos títulos. Constata-se assim que a maior parte dos títulos publicados, quatro (57 por cento), pertence aos autores dos textos entregues pessoalmente no *Jornal do Fundão*⁸⁶.

7.2. Lead, Antes e Depois da Publicação:

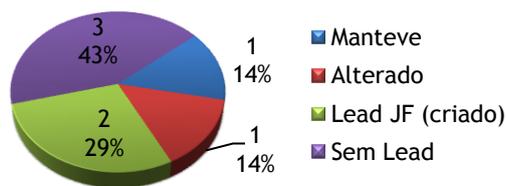
7.2.1. Lead - Momento Anterior à Publicação:

	Textos entregados JF/Publicados			Total
	Notícia	Crónica	Cartas de Leitor	
Com Lead	2	0	0	2
%	40	0	0	40
Sem Lead	0	2	1	3
%	0	40	20	60
Total	2	2	1	5
%	40	40	20	100

Dos cinco “Textos/Pedidos de Publicação” selecionados para publicação, quantos traziam um lead formulado? A grelha revela que dois textos, considerados notícias (40 por cento), traziam lead e três textos (60 por cento) não o traziam. Dos três textos sem lead, dois são crónicas (40 por cento) e um é carta de leitor (20 por cento).

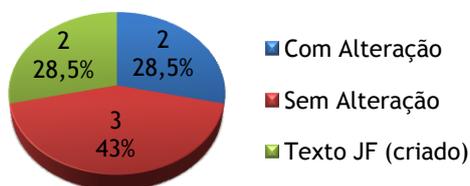
⁸⁶ Anexo 8 Ponto 2.B

7.2.2. Lead dos Textos Publicados - Momento Posterior à Publicação:



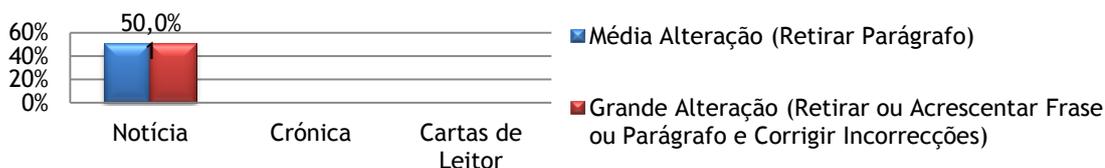
Depois dos textos publicados constatou-se que o *Jornal do Fundão* manteve um lead (uma notícia) (14 por cento) formado pelo autor do texto, alterou um lead (notícia) (14 por cento) e criou dois leads (duas sugestões publicadas sob a forma de notícias) (29 por cento). Três textos foram publicados sem lead (duas crónicas e uma carta de leitor). Concluindo, a maior parte dos leads publicados, três (43 por cento), é da autoria do *Jornal do Fundão*⁸⁷.

7.3. Alteração do Corpo dos Textos Publicados:



Outro aspeto observado durante o período de verificação dos textos publicados foi, além da alteração do título ou lead, a alteração do corpo dos textos entregues no *Jornal do Fundão* e selecionados para publicação. O gráfico mostra que o *Jornal do Fundão* não alterou o corpo da maior parte destes textos, três textos (duas crónicas e uma carta de leitor) (43 por cento). No entanto, dois dos textos publicados (duas notícias) (28,5 por cento) sofreram alterações ao nível da sua construção e outros dois dos textos publicados (duas sugestões publicadas sob a forma de notícias) (28,5 por cento) foram escritos/elaborados pelo *Jornal do Fundão*⁸⁸.

7.3.1. Tipo de Alterações do Corpo dos Textos Publicados:



Sabe-se que dois dos textos entregues no *Jornal do Fundão* e selecionados para publicação sofreram alterações ao nível do corpo do texto. Mas, que tipo de alterações? O gráfico mostra que uma das notícias sofreu uma “Média Alteração”, isto é, foi-lhe retirado um ou mais parágrafos, mas em pouca quantidade. A outra notícia sofreu uma “Grande Alteração”. Quer dizer que além de, a esta notícia, o *Jornal do Fundão* ter retirado ou acrescentado frases ou parágrafos, corrigiu também outros aspetos, ou seja, retirou, desta notícia, falas e verbos que evidenciavam a presença da primeira pessoa do singular e a segunda do plural, bem como

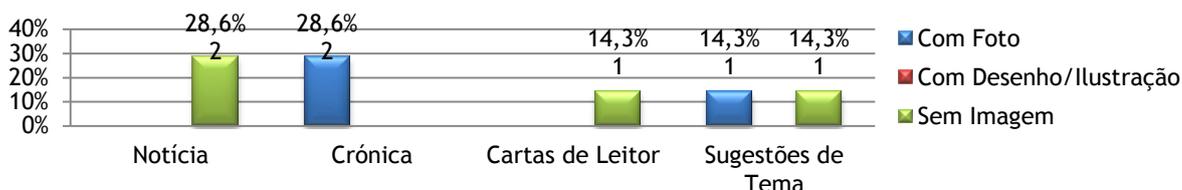
⁸⁷ Anexo 9 Ponto 2.B

⁸⁸ Anexo 10 Ponto 2.B

o uso abusivo de adjetivos qualificativos e expressões incorretas, repetidas e utilizadas com alguma abundância (por exemplo, os “presentes” aplaudiram; os “presentes” elogiaram; os “presentes” participaram; os “presentes” comemoraram, entre outros). Apagou do texto explicações escusadas (“a nossa igreja esteve repleta de fiéis (gente)”) e elogios, parabéns ou agradecimentos que o autor do texto escreveu para outras pessoas ou instituições.

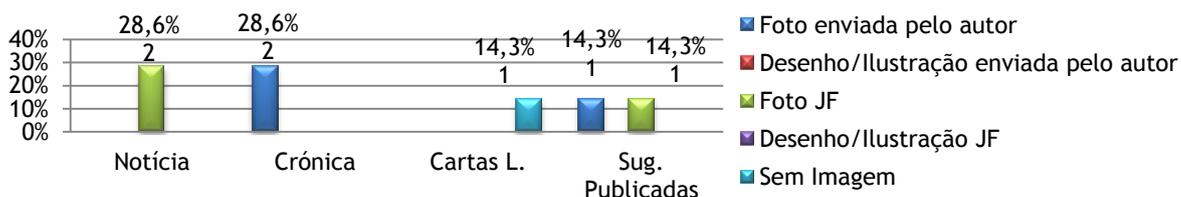
7.4. Imagem, Antes e Depois da Publicação:

7.4.1. “Conteúdos” entregues com Imagem - Momento Anterior à Publicação:



Dos cinco “Textos/Pedido de Publicação” e duas “Sugestões de Tema” selecionados para publicação, quantos foram entregues no *Jornal do Fundão*, ou transmitidas, com o complemento da imagem? O gráfico revela que dois textos, neste caso duas crónicas (28,6 por cento), foram entregues no *Jornal do Fundão* com imagem. Relativamente às “Sugestões de Temas”, o autor de uma delas (14,3 por cento) entregou ao *Jornal do Fundão* imagens para que posteriormente pudessem sustentar o texto escrito. Duas notícias (28,6 por cento), a carta de leitor (14,3 por cento) e a outra “Sugestão de Tema” (14,3 por cento) foram entregues, e transmitida, sem qualquer imagem. Em suma, dos sete tipos de “Conteúdos gerados por Leitores” selecionados para publicação, três deles (43 por cento) foram entregues, ou transmitidos, com o complemento da imagem, ao passo que a maior parte dos “Conteúdos gerados por Leitores”, neste caso quatro, foi entregue, ou transmitida, sem qualquer imagem⁸⁹.

7.4.2. “Conteúdos” publicados com Imagem - Momento Posterior à Publicação:

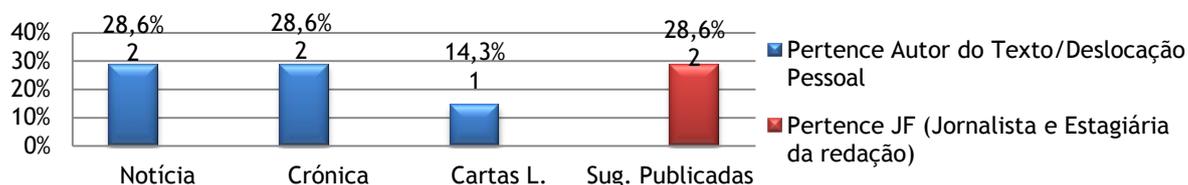


Terá o *Jornal do Fundão* optado por publicar os textos com as imagens que foram entregues pessoalmente no Jornal? O gráfico revela que duas crónicas (28,6 por cento), bem como uma sugestão (publicada sob a forma de notícia), foram publicadas com fotografias entregues pelo autor do texto e sugestão. As duas notícias (28,6 por cento) e uma das sugestões (publicada sob a forma de notícia) entregues, e transmitida, sem qualquer imagem foram publicadas com fotografias do *Jornal do Fundão*. A carta de leitor (14,3 por cento) entregue sem imagem foi publicada sem qualquer imagem. Em suma, três textos (43 por cento) foram publicados com fotografias que pertencem ao autor do texto e outros três textos

⁸⁹ Anexo 11 Ponto 2.B

(43 por cento), três dos quatro entregues ou transmitidos sem o complemento da imagem, publicados com fotografias do *Jornal do Fundão*. Apenas um dos textos selecionados para publicação (14 por cento), neste caso a carta de leitor, foi publicado sem qualquer imagem⁹⁰.

7.5. Autoria dos “Textos, Informações e Sugestões” Publicados:



Conclui-se, olhando para o gráfico, que as duas notícias, as duas crónicas e a carta de leitor foram escritas pelo autor do texto/deslocação pessoal, pertencendo-lhe em termos de autoria. Por outro lado, verifica-se que as duas sugestões (publicadas sob a forma de notícia) pertencem ao *Jornal do Fundão* (uma escrita por um jornalista da redação e outra pela estagiária). Tendo em conta este dado, terão os textos sido publicados com a assinatura do autor do texto/deslocação pessoal e as sugestões, publicadas sob a forma de género, com a assinatura dos elementos da redação do *Jornal do Fundão*? A resposta à pergunta encontra-se no seguinte ponto, referente à assinatura nos textos publicados.

7.6. Assinatura, Antes e Depois da Publicação:

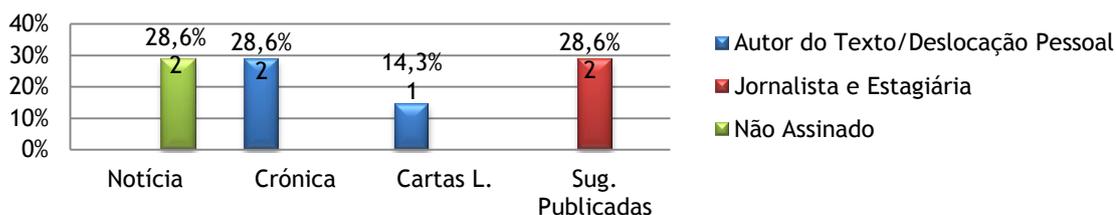
7.6.1. Assinatura - Momento Anterior à Publicação:

	Conteúdos gerados por Leitores			Total
	Textos/Pedido de Publicação			
	Notícia	Crónica	Cartas de Leitor	
Com Assinatura	0	2	1	3
%	0,0	40,0	20,0	60,0
Sem Assinatura	2	0	0	2
%	40,0	0,0	0,0	40,0
Total	2	2	1	5
%	40,0	40,0	20,0	100,0

Dos cinco “Textos/Pedidos de Publicação” selecionados para publicação, quantos traziam assinatura no momento da sua entrega? A grelha revela que três textos (60 por cento) traziam assinatura e dois textos (40 por cento) não a traziam. Os dois textos sem assinatura são, como mostra a grelha, considerados notícias. As duas crónicas e a carta de leitor estavam assinadas.

⁹⁰ Anexo 12 Ponto 2.B

7.6.2. Assinatura nos Textos Publicados - Momento Posterior à Publicação:



Após a verificação da publicação dos textos, constatou-se que a maior parte dos textos, cinco (71,5 por cento), foi publicada com assinatura. Três dos textos com a assinatura do autor do texto/deslocação pessoal (43 por cento) e dois dos textos (as sugestões publicadas uma sob a forma de notícia) com a assinatura do jornalista e estagiária do Jornal (28,5 por cento), ao contrário de dois dos textos que foram publicados sem assinatura (28,5 por cento), os mesmos que chegaram à redação sem assinatura⁹¹. Este resultado permite chegar à conclusão de que a maior parte dos textos publicados, quer os relacionados com os e-mails quer os relacionados com a deslocação pessoal, foram assinados com o nome do autor do texto/e-mails e deslocação pessoal.

4.3. Receção e Publicação de dados Transmitidos por Telefone

Para além da atenção dada à receção e publicação da informação recebida por e-mail e entregue pessoalmente no *Jornal do Fundão*, foi também dada atenção aos telefonemas que, com o mesmo intuito, chegaram à redação do Jornal. Portanto, durante os meses de recolha de dados, iniciada na última semana de Novembro (2011) e terminada a 31 de Janeiro (2012), chegou ao *Jornal do Fundão* apenas uma chamada telefónica, registada no dia 6 de Dezembro de 2011, Terça-Feira, atendida por um jornalista da redação. A chamada efetuada por um indivíduo, neste contexto um leitor (Masculino), tinha como finalidade propor ou sugerir ao *Jornal do Fundão* que se fizesse um trabalho jornalístico sobre um problema de esgotos, numa rua do Tortosendo, Concelho da Covilhã, Distrito de Castelo Branco. Dizia ele, “um problema nunca mais resolvido pelas entidades responsáveis” e que estaria a provocar mal-estar a si e àquela população. Uma vez exaltado e aborrecido com a situação a chamada não foi facultada, tornando-se impossível obter as respostas necessárias para o preenchimento do questionário por telefone, referente a este estudo.

Sobre este “Conteúdo gerado por Leitor” pouco se conclui. O tema sugerido é de teor “Regional”, encaixa na temática “Sociedade” e na categoria de “Interesse Semi-Público-Privado”. Após o telefonema, não se verificou nas edições seguintes, de Dezembro, Janeiro e Fevereiro nenhum trabalho jornalístico sobre o assunto.

⁹¹ Anexo 13 Ponto 2.B

4.4. Análise quantitativa dos Resultados: Questionário entregue aos Leitores, que por iniciativa, contactaram o *Jornal do Fundão*

Aos leitores, que por iniciativa contactaram o *Jornal do Fundão* através de e-mail ou deslocando-se pessoalmente, desde a última semana de Novembro de 2011, dia 22, até Janeiro de 2012, dia 31, foi-lhes enviado por e-mail ou entregue pessoalmente um questionário para preencher. Portanto, os leitores que contactaram o *Jornal do Fundão* por e-mail receberam um questionário por e-mail⁹² e os leitores que se deslocaram até ao *Jornal do Fundão* receberam o mesmo questionário, mas impresso, para preencher e entregar no momento.

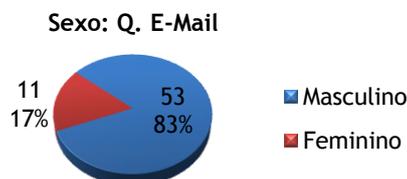
A última semana de Novembro de 2011 (a partir de dia 22), o mês de Dezembro, Janeiro de 2012 e a primeira semana de Fevereiro (até dia 2) foi o período de tempo estipulado para enviar, por e-mail, ou entregar, pessoalmente, os questionários. Estes, constituídos por 14 perguntas, foram elaborados com o intuito de caracterizar, em termos de idade, sexo, local de residência e profissão, o grupo de pessoas que contacta, ou contactou, o *Jornal do Fundão*. Outras questões ajudaram a traçar o perfil destas pessoas, sobretudo aquelas relacionadas com o ser-se ou não assinante do Jornal, com o ler-se ou não o *Jornal do Fundão* através da versão impressa ou online, com o motivo que as leva, ou levou, a estabelecer contacto com o Jornal e com o meio que utilizam, ou utilizaram, para efetuar esse contacto. A satisfação destas pessoas relativamente à aceitação, por parte do *Jornal do Fundão*, de temas seus para publicação e ao atendimento (feedback) sentido perante o seu pedido de publicação, transmissão de informações e sugestões de temas foram outros aspetos a ter em conta na formulação do questionário.

Entregar um questionário por e-mail não implica adquirir resposta(s) imediata(s), como acontece quando se entrega um questionário a alguém presencialmente. O e-mail tem o poder de preservar o conteúdo da mensagem e por esse motivo nem sempre se adquire uma resposta rápida, isto é, “no agora” ou “no hoje”, por vezes nem mesmo “no amanhã” ou “no decorrer da semana”, como foi possível constatar durante a fase de inquirição. É porque o e-mail dá às pessoas a possibilidade de adiar a resposta que o questionário online (enviado por e-mail) permaneceu ativo, podendo ser respondido, até ao último dia de Fevereiro, dia 29 (2012).

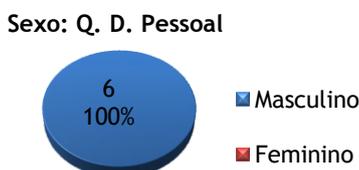
⁹² O questionário por e-mail foi elaborado na plataforma do LabCom (Laboratório de Comunicação da Universidade da Beira Interior) preparada para construir questionários/inquéritos. Após a ativação do questionário, a URL adquirida foi sendo, semana após semana, copiada e colada em cada um dos e-mails enviados para o *Jornal do Fundão* e reencaminhada para o contacto pessoal de quem estabeleceu o contacto. No processo de reencaminhamento optou por se colocar uma mensagem de abertura com o intuito de explicar, ao autor do e-mail, a finalidade do preenchimento do questionário.

4.4.1. Ponto 3.A - Resultado das respostas obtidas através do Questionário enviado por E-Mail (Q. E-Mail) e Deslocação Pessoal (Q. D. Pessoal)

1.a) Género dos Inquiridos:

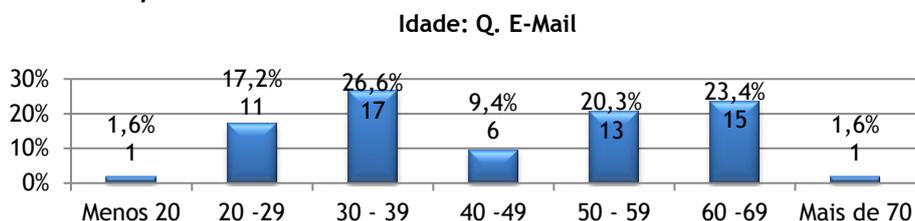


De 88 pessoas que contactaram, por e-mail, o *Jornal do Fundão*, 64 responderam ao questionário. Como mostra o gráfico, 53 pessoas, o que equivale a uma percentagem igual 83 por cento, são do sexo masculino e 11 pessoas, o que equivale a uma percentagem igual 17 por cento, são do sexo feminino.

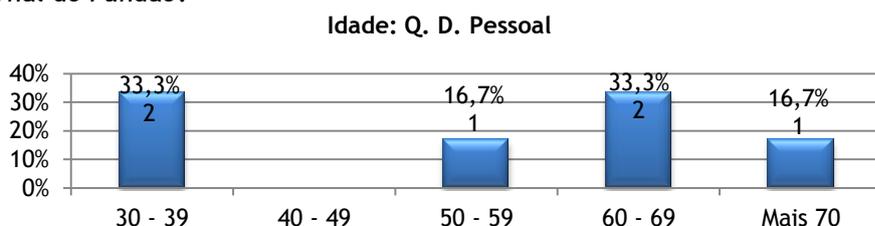


De oito pessoas que contactaram pessoalmente o *Jornal do Fundão*, seis responderam ao questionário. Mostra o gráfico que todas elas são do sexo masculino.

1.b) Idade dos Inquiridos:



O gráfico sobre a idade dos inquiridos mostra que a maior parte das pessoas que contactou, por e-mail, o *Jornal do Fundão* tem uma idade compreendida entre os 30 e os 39 anos (26,6 por cento) e os 60 e os 69 anos (23,4 por cento). 20,3 por cento das pessoas tem entre 50 e 59 anos, 17,2 por cento tem entre 20 e 29 anos e 9,4 por cento tem entre 40 e 49 anos. Uma pessoa com menos de 20 anos e outra com mais de 70 também contactaram, por e-mail, o *Jornal do Fundão*.

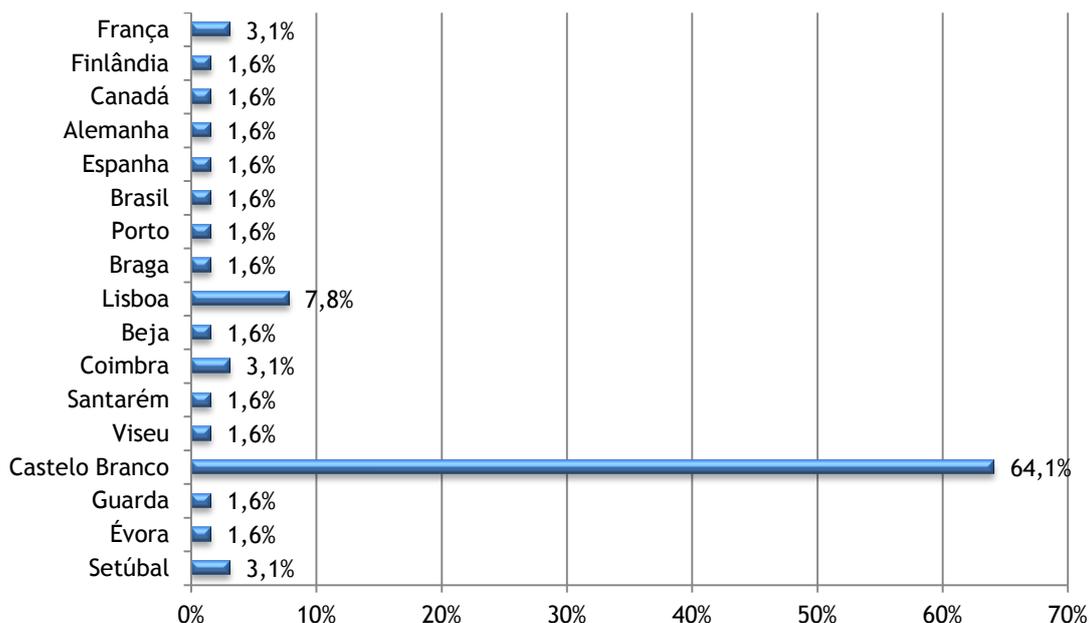


De modo semelhante, a maior parte das pessoas que contactou presencialmente o *Jornal do Fundão* tem uma idade compreendida entre os 30 e os 39 anos (duas pessoas, o que equivale a 33,3 por cento dos inquiridos) e os 60 e os 69 anos (duas pessoas, o que equivale a

33,3 por cento dos inquiridos). Uma pessoa tem entre 50 e 59 anos (16,7 por cento) e outra pessoa mais de 70 anos (16,7 por cento).

Apesar do número de inquiridos ao nível da deslocação pessoal ser bastante inferior ao número de inquiridos por e-mail, os resultados relativos à idade são idênticos. Genericamente, as pessoas que contactaram o *Jornal do Fundão* têm uma idade compreendida entre os 30 e os 39 anos e os 60 e os 69 anos.

2. Local de Residência: Países e Distritos de Portugal - Q. E-Mail



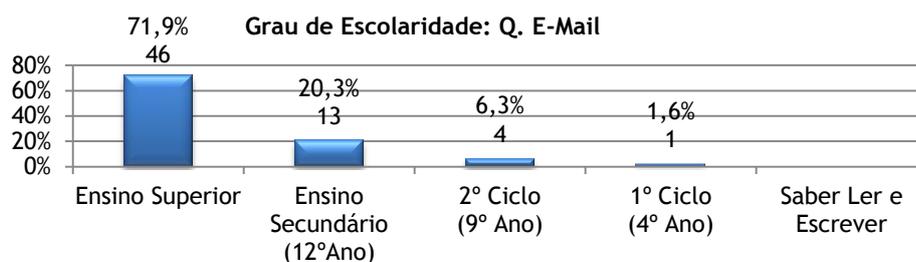
A variedade de freguesias, concelhos e distritos portugueses assinalados nos questionários, fez com que se optasse por introduzir as freguesias e concelhos nos seus distritos, referenciando no gráfico apenas os distritos de Portugal, além do nome de outros países. Deste modo, o gráfico revela que a maior parte dos leitores que contactou o *Jornal do Fundão* por e-mail, 64,1 por cento (41), reside no distrito de Castelo Branco. 7,8 por cento (cinco) reside em Lisboa, 3,1 por cento (dois) em Coimbra e 3,1 por cento (dois) no distrito de Setúbal. Um dos leitores inquiridos reside no Porto (1,6 por cento), outro em Braga (1,6 por cento), outro em Beja (1,6 por cento), outro em Santarém (1,6 por cento), outro em Viseu (1,6 por cento), outro no distrito da Guarda (1,6 por cento) e outro no de Évora (1,6 por cento). Constatou-se, ainda, que, nos meses de recolha de dados, o *Jornal do Fundão* também foi contactado por pessoas que residem fora de Portugal. Mostra o gráfico e a grelha em anexo⁹³ que duas pessoas residem em França (3,1 por cento), uma na Finlândia (1,6 por cento), uma no Canadá (1,6 por cento), uma na Alemanha (1,6 por cento) e outra no Brasil (1,6 por cento).

⁹³ Anexo 1 Ponto 3.A

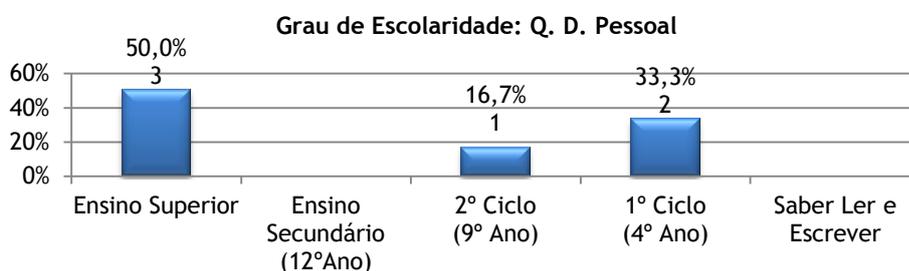
2.Local de Residência: Q. D. Pessoal			
Distritos de Portugal		Total	%
Castelo Branco	1 (Castelo Branco) + 5 (Fundão)	6	100
Total		6	100

A grelha mostra que também as seis pessoas inquiridas no *Jornal do Fundão* residem no distrito de Castelo Branco.

3. Escolaridade dos Inquiridos:



Um dos aspetos tidos em conta na formulação do questionário, para ajudar a caracterizar as pessoas que contactam, ou contactaram, o *Jornal do Fundão*, foi o grau de escolaridade. O gráfico mostra que grande parte dos inquiridos por e-mail, 71,9 por cento (46 pessoas), tem uma formação equivalente ao “Ensino Superior”. 20,3 por cento (13 pessoas) tem o “Ensino Secundário (12º Ano)”, 6,3 por cento o 2º Ciclo (9º Ano) e 1,6 por cento o 1º Ciclo (4º Ano) de Escolaridade.



A maior parte dos inquiridos no *Jornal do Fundão*, três pessoas (50 por cento), admite ter-se formado no “Ensino Superior”, à semelhança da maior parte das pessoas inquiridas por e-mail. Duas pessoas (33,3 por cento dos inquiridos) referem ter uma escolaridade equivalente ao 4º Ano (1º Ciclo) e uma pessoa habilitações equivalentes ao 9º Ano (2º Ciclo).

4. Profissão:

Q. E-Mail:

A lista de profissões exercidas pelas pessoas inquiridas por e-mail não é extensa mas é diversificada, como mostra a grelha em anexo⁹⁴. Na lista constam nove Professores, o que corresponde a uma percentagem igual a 14,1 por cento, duas Educadoras de Infância (3,1 por cento), um Bibliotecário, um Treinador de Ténis (1,6 por cento), um Psicólogo Clínico e de

⁹⁴ Anexo 2 Ponto 3.A

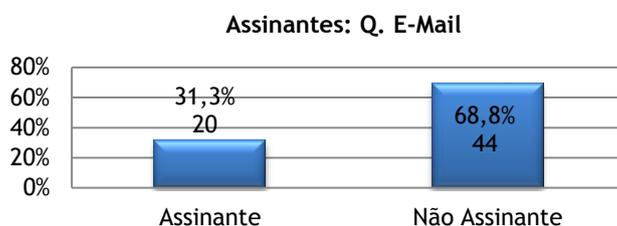
Saúde, um Médico, dois Advogados (3,1 por cento), um Polícia de Segurança Pública, um Guarda Nacional Republicano, três Técnicos Oficiais de Contas (4,7 por cento), um Técnico de Recursos Humanos, um Técnico de Segurança e Higiene, três Técnicos Superiores da Função Pública (4,7 por cento), um Consultor de Gestão, três Gestores de Empresas, um Gestor de Conteúdos na Web, um Gestor Hoteleiro, um Rececionista Hoteleiro, dois Empregados de Refeitório/Restauração (3,1 por cento), um Comerciante, dois Empregados Bancários, um Economista, um Diretor de Serviços, um Empreiteiro em Construção Metálica, um Engenheiro Civil, dois Engenheiros de Eletromecânica e um Engenheiro Agrónomo (1,6 por cento). Das 64 pessoas inquiridas, dez estão Reformadas, o que equivale a uma percentagem de 15,6 por cento e três Pré-Reformadas (4,7 por cento). Quatro são Desempregadas (6,4 por cento) e uma pessoa é Estudante.

Q. Deslocação Pessoal:

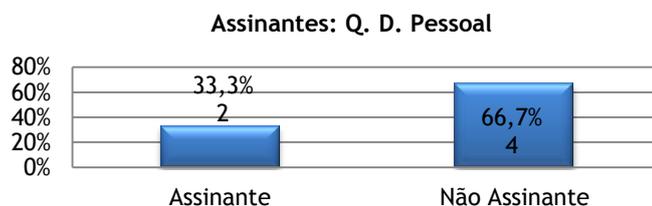
Ao nível da deslocação pessoal, pode dizer-se, olhando para a grelha em anexo⁹⁵, que a maior parte das pessoas inquiridas, três (50 por cento), é Reformada. Duas pessoas (33,3 por cento) são Professores e uma (16,7 por cento) é Psicopedagogo.

Apesar do número de inquiridos ao nível da deslocação pessoal ser bastante inferior ao número de inquiridos por e-mail, os resultados relativos à profissão têm pontos em comum. Quer numa quer noutra situação prevalecem, em primeiro lugar, os Reformados e, em segundo lugar, os Professores.

5- É assinante do Jornal do Fundão?



O gráfico revela que 68,8 por cento dos inquiridos por e-mail não são assinantes do *Jornal do Fundão* e que 31,3 por cento dos inquiridos são assinantes. Quer dizer que das 64 pessoas que contactaram o *Jornal do Fundão*, através de e-mail, 20 são assinantes do Jornal.

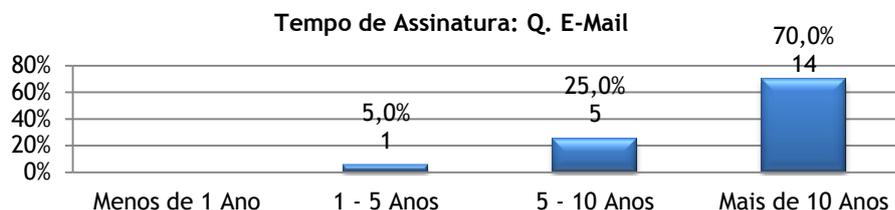


Os dados deste gráfico não diferem muito. Quatro dos inquiridos (66,7 por cento) não são assinantes do *Jornal do Fundão* e dois dos inquiridos (33,3 por cento) são assinantes.

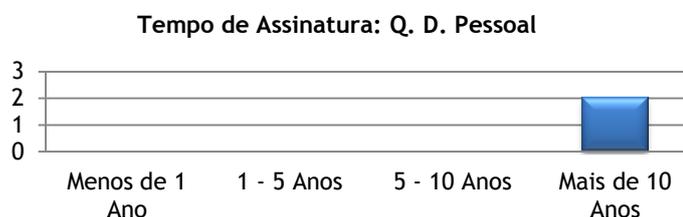
⁹⁵ Anexo 3 Ponto 3.A

Constata-se assim que no total dos inquiridos, por e-mail e deslocação pessoal, há mais “Não Assinantes” que “Assinantes” do *Jornal do Fundão*.

5.1-Há quanto tempo é assinante do *Jornal do Fundão*?

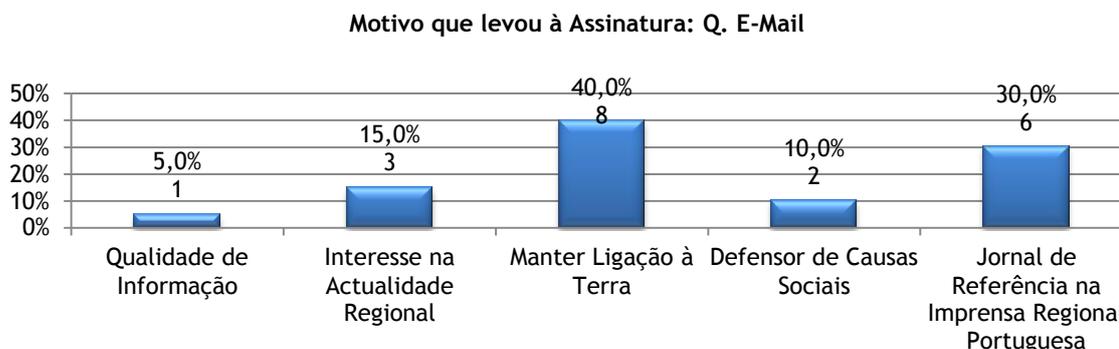


Dos 20 assinantes do *Jornal do Fundão* (inquiridos por e-mail), 14 são-no há “Mais de 10 Anos”, como mostra o gráfico. Cinco dos inquiridos são assinantes do *Jornal* entre “5 a 10 Anos” e um dos inquiridos é assinante entre “1 a 5 Anos”.



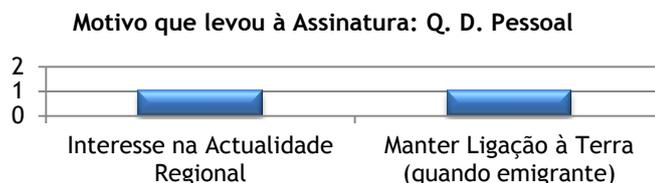
Os dois assinantes, inquiridos no *Jornal do Fundão* (deslocação pessoal), referem ser assinantes do *Jornal* há “Mais de 10 Anos”, à semelhança da maior parte dos inquiridos “assinantes” que contactou o *Jornal do Fundão* por e-mail.

5.2-Por que motivo se tornou assinante do *Jornal do Fundão*?



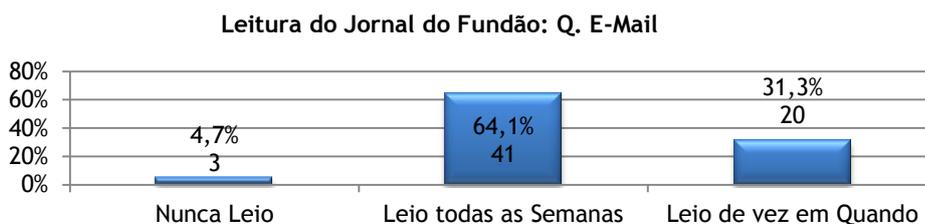
Os 20 inquiridos por e-mail que admitiram ser assinantes do *Jornal do Fundão* deram cinco respostas a esta questão de resposta aberta: “Qualidade de Informação”, “Interesse na Actualidade Regional”, “Manter Ligação à Terra”, “Defensor de Causas Sociais” e “Jornal de Referência na Imprensa Regional Portuguesa”. “Manter Ligação à Terra” foi a resposta dada por oito pessoas que ou estão fora de Portugal e longe da terra onde cresceram (Beira Interior) ou migraram para outra zona do país. No fundo, são pessoas que querem “estar perto das (suas) raízes”. Outras seis pessoas dizem ter-se tornado assinantes do *Jornal do Fundão* por considerarem que este é um “Jornal de Referência na Imprensa Regional Portuguesa”, como alguém disse “o semanário que neste país mais honra a imprensa

regional”. Três pessoas referem que o motivo que está por detrás da sua assinatura se relaciona com o “querer-se estar a par, semanalmente, do que se passa na (sua) região”, portanto têm “Interesse na Atualidade Regional”. Dois dos inquiridos admitem ter-se tornado assinantes por respeito ao Jornal, por este ter sido sempre um “Defensor de Causas Sociais”, “o padroeiro do povo”. Finalmente, uma pessoa mencionou que a “Qualidade da Informação” do *Jornal do Fundão*, nomeadamente ao nível dos textos de opinião e reportagens, foi o motivo que a levou a tornar-se assinante do *Jornal do Fundão*.

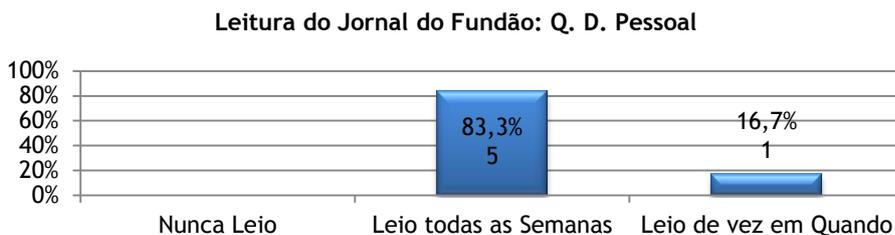


Mostra o gráfico que um dos inquiridos na redação se tornou assinante do *Jornal do Fundão* porque tem “Interesse na Atualidade Regional” (quer estar a par do que se passa na região) e outro porque quis “Manter Ligação à Terra”, na altura de emigrante.

6-Lê todas as semanas o *Jornal do Fundão*?



A esta questão 64,1 por cento dos inquiridos por e-mail respondeu que “lê todas as semanas” o *Jornal do Fundão*, 31,3 por cento respondeu que “não o lê todas as semanas, mas de vez em quando” e 4,7 por cento admitiu “nunca ler” o Jornal.



Também cinco dos inquiridos (83,3 por cento) no *Jornal do Fundão* responderam “ler todas as semanas” o Jornal e uma pessoa (16,7 por cento) que “não o lê todas as semanas, mas de vez em quando”. Mais uma vez cabe referir que, apesar do número de inquiridos ser reduzido, os resultados apresentados são semelhantes àqueles conseguidos através dos questionários entregues por e-mail.

6.1- No caso de ler o Jornal do Fundão, por que motivo o lê?/No caso de não ler o Jornal do Fundão, por que motivo não o lê?

Q. E-Mail:

6.1.Por que motivo lê o Jornal do Fundão?			6.1.Por que motivo não lê o Jornal do Fundão?		
“Sim, leio-o todas as semanas” e “Não o leio todas as semanas, mas leio-o de vez em quando”			“Não, nunca o leio”		
	Nº	%		Nº	%
Saber sobre o Interior de Portugal	7	10,9	Não ser Assinante do Jornal	1	1,6
Interesse na Atualidade da Região (saber o que se passa na “minha” região)	39	60,9	Desconhecimento de Postos de Venda do Jornal	1	1,6
Manter ligação à Terra	8	12,5	Falta de Tempo	1	1,6
Qualidade da Informação	6	9,4			
Tradição Familiar	1	1,6			
Total	61	95,3		3	4,7

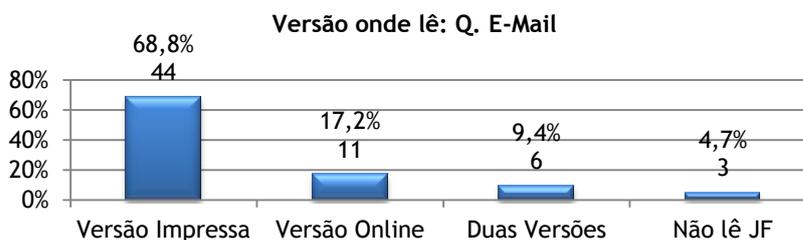
A questão 6.1, tal como a questão 5.2, é uma pergunta de resposta aberta. As 61 pessoas, isto é, 95,3 por cento dos inquiridos por e-mail, lêem (todas as semanas ou de vez em quando) o *Jornal do Fundão* porque têm “Interesse na Atualidade da Região” (60,9 por cento), porque querem “Manter Ligação à Terra” (12,5 por cento), porque querem “Saber sobre o Interior de Portugal” (10,9 por cento), pela “Qualidade da Informação” (9,4 por cento) ou porque ler o Jornal já é uma “Tradição Familiar” (1,6 por cento). “Não ser Assinante do Jornal” (1,6 por cento), o “Desconhecimento de Postos de Venda do Jornal” (1,6 por cento) e a “Falta de Tempo” (1,6 por cento) são os fatores apontados pelas três pessoas, isto é, 4,7 por cento dos inquiridos, que admitiram não ler, nunca, o *Jornal do Fundão*.

Q. Deslocação Pessoal:

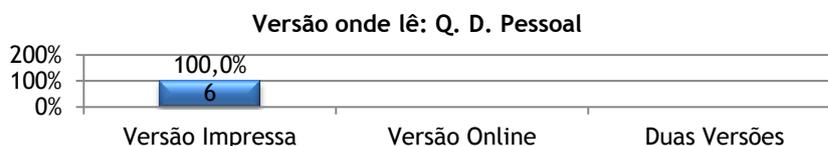
6.1.Por que motivo lê o Jornal do Fundão?		
Sim, leio-o todas as semanas; Não o leio todas as semanas, mas leio-o de vez em quando		
	Nº	%
Interesse na Atualidade da Região (saber o que se passa na “minha” região)	6	100
Total	6	100

A resposta das seis pessoas inquiridas no *Jornal do Fundão* foi unânime. Todas elas dizem ler o *Jornal do Fundão* porque têm “Interesse na Atualidade da Região”.

6.2-Em que versão lê o Jornal do Fundão?



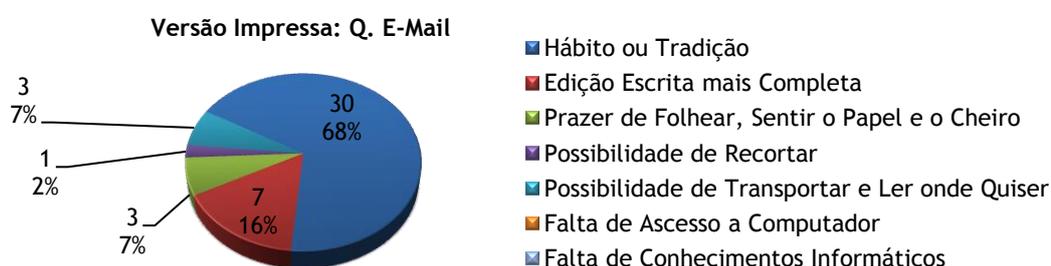
O gráfico mostra que 68,8 por cento dos inquiridos por e-mail (44) lê o *Jornal do Fundão* através da “Versão Impressa”, 17,2 por cento (11) lê o Jornal na Versão Online e 9,4 por cento (seis) lê o Jornal nas duas versões. Como já foi referido, 4,7 por cento destes inquiridos admitiu que não lê o *Jornal do Fundão*.



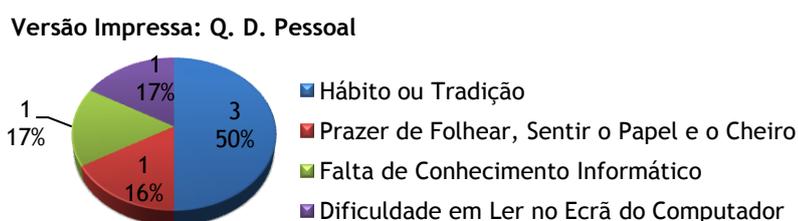
As seis pessoas inquiridas no *Jornal do Fundão* dizem lê-lo na “Versão Impressa”.

6.2.0- Porque é que lê nessa versão?

6.2.1- No caso de ler a edição impressa qual o motivo:



Esta questão, 6.2.1, tinha estipuladas algumas opções de resposta, no entanto a hipótese “Outras” deu aos inquiridos a liberdade de dar outras respostas, mais adequadas ou próximas do motivo que os leva a ler o *Jornal do Fundão* na “Versão Impressa”. O gráfico circular mostra que 68 por cento, dos 44 inquiridos por e-mail que lêem o *Jornal do Fundão* através da “Versão Impressa”, lê esta versão por uma questão de “hábito ou tradição”. 16 por cento lê a “Versão Impressa” por considerar que é uma “edição mais completa” que a online. Sete por cento dos inquiridos prefere ler a “Versão Impressa” pelo “prazer de folhear, sentir o papel e o cheiro” e outras sete por cento preferem-na por poder ser “transportada e lida em qualquer lugar”. 2 por cento dos inquiridos, ou seja, uma pessoa referiu que o motivo que a leva a ler a “Versão Impressa” se prende com a “possibilidade de recortar”, isto é, fazer recortes no Jornal e guardá-los. As opções referentes à “falta de acesso a computador” e “falta de conhecimentos informáticos” não foram assinaladas por nenhum dos 44 inquiridos que dizem ler o *Jornal do Fundão* através da “Versão Impressa”.

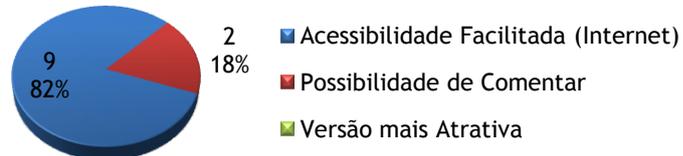


O gráfico revela que três dos inquiridos (50 por cento) na redação do *Jornal do Fundão* lêem a “Versão Impressa” do Jornal por uma questão de “hábito ou tradição”. Uma pessoa (17 por cento) prefere ler a “Versão Impressa” porque gosta de “folhear o Jornal,

senti-lo na mãos e cheirá-lo”, outra pessoa (17 por cento) lê a mesma versão porque diz sentir “dificuldade em ler através de um ecrã do computador”. Finalmente, uma pessoa (17 por cento) refere ler a “Versão Impressa” do *Jornal do Fundão* por não possuir “conhecimentos informáticos” que a permitam ler o Jornal noutra formato.

6.2.2- No caso de ler apenas a edição online qual o motivo:

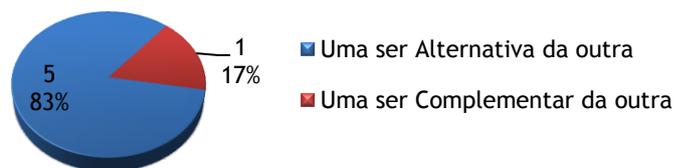
Versão Online: Q. E-Mail



Das 11 pessoas (inquiridas por e-mail) que lêem o *Jornal do Fundão* através da “Versão Online”, nove (82 por cento) dizem ler esta versão por uma questão de “acessibilidade facilitada”, através da Internet. A “possibilidade de comentar” é o motivo que leva as outras duas pessoas (18 por cento) a ler a edição online do Jornal.

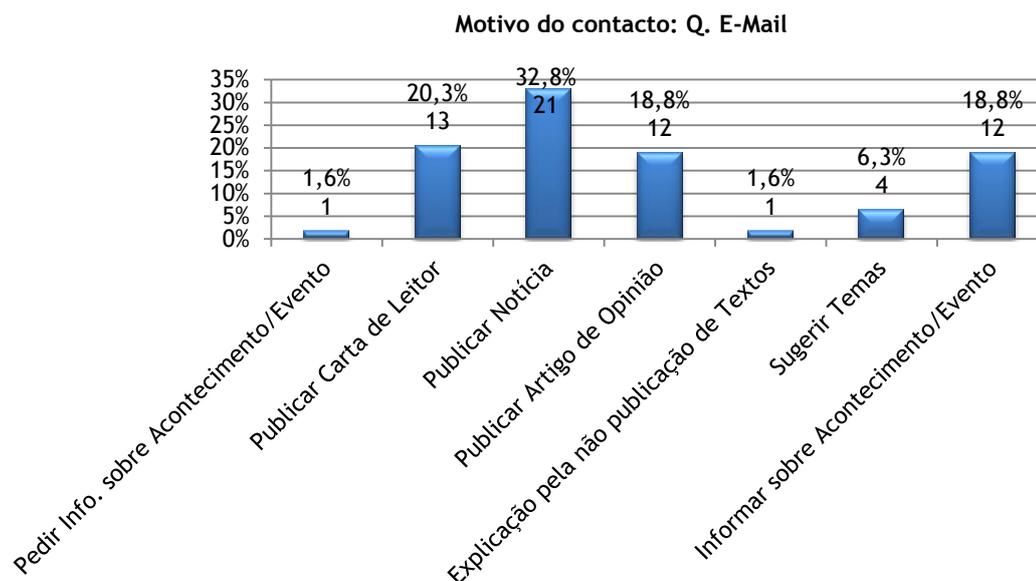
6.2.3- No caso de ler ambas qual o motivo:

Duas Versões: Q. E-Mail

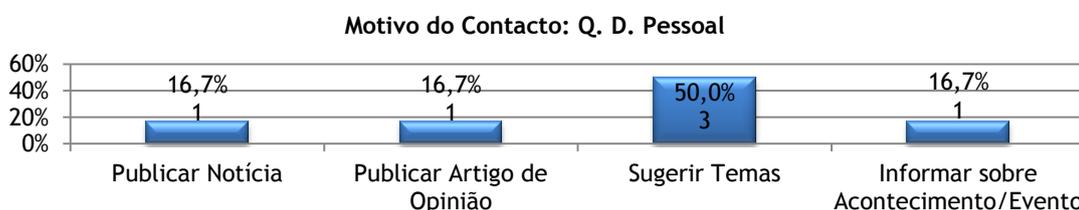


Ler as duas versões do *Jornal do Fundão* foi uma opção mencionada por seis das pessoas inquiridas por e-mail. “Uma ser alternativa da outra” foi o motivo assinalado por cinco pessoas (83 por cento). Quer dizer que na impossibilidade de se ler a “Versão Impressa” estas pessoas optam por ler a “Versão Online” ou vice-versa. Uma (17 por cento) das seis pessoas referiu ler as duas versões do Jornal por considerar que “uma é complementar da outra”. Esta opção é válida se se pensar que a versão online, a que todos têm acesso, mesmo os que não são assinantes do Jornal, está incompleta. Uma notícia ou uma reportagem, por exemplo, raramente aparece até ao fim. O final destas encontra-se apenas na “Versão Impressa” ou então na “Versão Online” para assinantes. De outra forma uma versão não poderia ser complementar da outra, visto que a informação disponível na “Versão Impressa” é a mesma disponível na “Versão Online” (para assinantes). Nada se altera. Uma versão é cópia da outra.

7- Por que está a contactar, ou contactou durante a semana, o *Jornal do Fundão*?



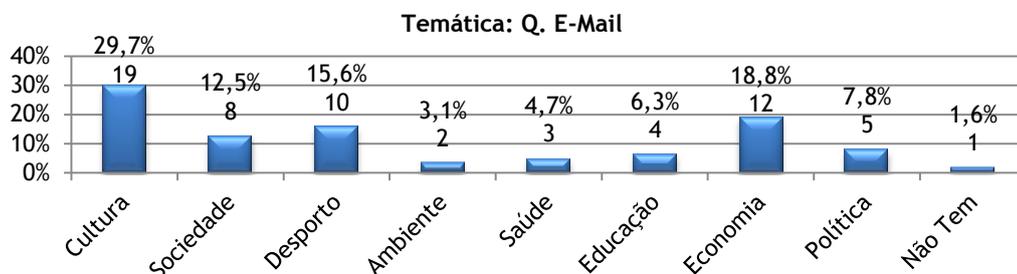
No momento em que as pessoas preencheram o questionário referiram, porque lhes foi pedido, o motivo que as levou a efetuar contacto com o *Jornal do Fundão*. Sabendo que nem todas as pessoas, das 64 inquiridas, responderam imediatamente ao questionário e que várias pessoas contactaram mais do que uma vez o *Jornal do Fundão*, preenchendo apenas um questionário, o resultado das respostas é o seguinte: 32,8 por cento dos inquiridos respondeu que efetuou contacto com o Jornal para entregar e lhe ser dada a oportunidade de “Publicar uma Notícia”; 20,3 por cento afirmou ter efetuado o contacto para entregar e lhe ser dada a oportunidade de “Publicar uma Carta de Leitor”; 18,8 por cento dos inquiridos referiu ter efetuado o contacto com o *Jornal do Fundão* para entregar e lhe ser dada a oportunidade de “Publicar um Artigo de Opinião”; 18,8 por cento disse ter estabelecido contacto para “Informar o Jornal de um Acontecimento/Evento”; 6,3 por cento dos inquiridos mencionou ter realizado o contacto com o intuito de “Sugerir Temas”; finalmente, uma pessoa (1,6 por cento) respondeu que efetuou o contacto com o *Jornal do Fundão* para “Pedir Informação sobre um Acontecimento/Evento” e outra pessoa (1,6 por cento) para “Pedir explicação pela Não Publicação de Textos”.



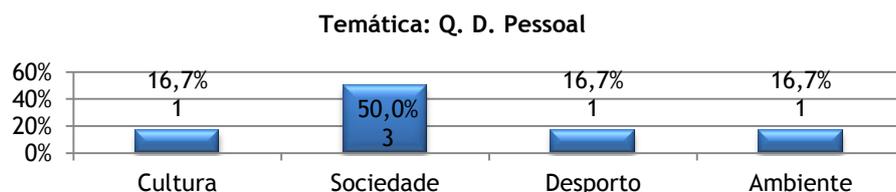
Sabendo que, ao nível da deslocação pessoal, duas pessoas contactaram mais do que uma vez o *Jornal do Fundão*, preenchendo apenas um questionário, o resultado das respostas é: três dos inquiridos (50 por cento) mencionaram ter realizado o contacto com o intuito de “Sugerir Temas”; uma pessoa (16,7 por cento dos inquiridos) respondeu que efetuou contacto com o Jornal para entregar e lhe ser dada a oportunidade de “Publicar uma Notícia”; outra

peessoa (16,7 por cento dos inquiridos) referiu ter efetuado o contacto com o *Jornal do Fundão* para entregar e lhe ser dada a oportunidade de “Publicar um Artigo de Opinião”; e, finalmente, outra pessoa (16,7 por cento dos inquiridos) mencionou ter estabelecido o contacto para “Informar o Jornal de um Acontecimento/Evento”.

7.1-Qual o tema ou assunto da informação/carta/notícia/sugestão que enviou?



No momento em que as pessoas preencheram o questionário referiram, também, o assunto ou tema do tipo de “Conteúdo” que enviaram para o *Jornal do Fundão*. A extensa lista de temas ou assuntos especificados (64) fez com que se optasse por enunciar apenas a temática correspondente a cada tema ou assunto. Deste modo, a temática mais referida, por 29,7 por cento dos inquiridos por e-mail, foi “Cultura”. Em segundo lugar está “Economia”, referida por 18,8 por cento dos inquiridos, em terceiro lugar “Desporto”, referido por 15,6 por cento dos inquiridos e em quarto lugar “Sociedade”, mencionada por 12,5 por cento das pessoas inquiridas. Em menor quantidade está a “Política”, uma temática referida por 7,8 por cento dos inquiridos, a “Educação”, referida por 6,3 por cento dos inquiridos, a “Saúde”, referida por 4,7 por cento dos inquiridos e “Ambiente”, mencionado por 3,1 por cento das 64 pessoas inquiridas. Um “Conteúdo gerado por Leitores” ficou sem tema, neste caso aquele referente ao “Pedido de explicação pela Não Publicação de Textos”.

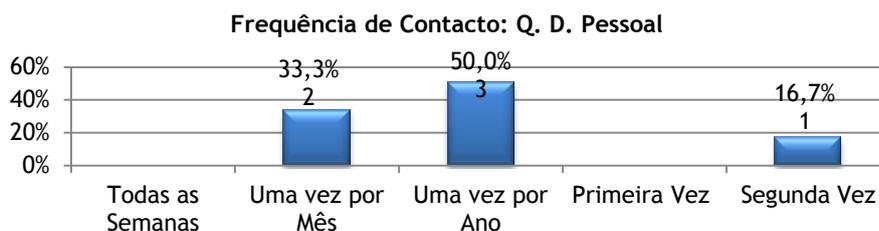


No caso da deslocação pessoal, a temática mais referida, por três pessoas (50 por cento dos inquiridos), foi “Sociedade”. Um tema foi introduzido em “Cultura”, outro em “Desporto” e outro em “Ambiente”.

8-Em média, com que frequência contacta o Jornal do Fundão?

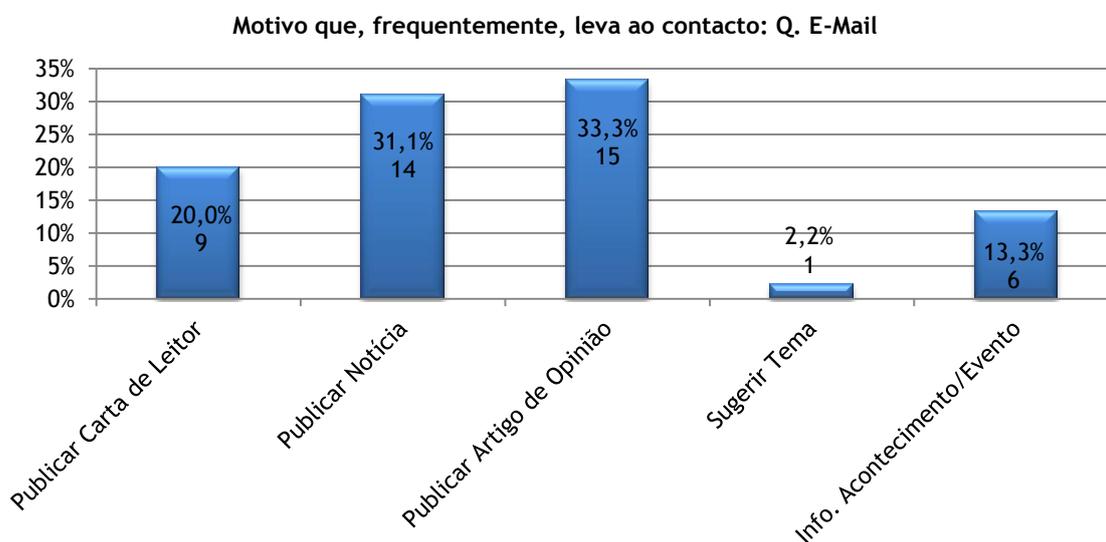


Das 64 pessoas inquiridas por e-mail, 39,1 por cento diz que, em média, contacta o *Jornal do Fundão* “Uma vez por Ano”, 25 por cento que o contacta “Uma vez por Mês” e 1,6 por cento, o que corresponde a uma pessoa, que o contacta, o *Jornal do Fundão*, “Todas as Semanas”. Dizer que se contacta, em média, uma vez por ano ou uma vez por mês o *Jornal do Fundão* não significa, na realidade, que este foi contactado, pela mesma pessoa, uma única vez por ano ou por mês. Durante a fase de recolha de dados verificou-se que várias pessoas contactaram, no prazo de cerca de dois meses, o *Jornal do Fundão* mais que duas, três ou quatro vezes. 29,7 por cento dos inquiridos referiu ser a “Primeira Vez” que contactou o *Jornal do Fundão* e 4,7 por cento mencionou ser a “Segunda Vez” que efetuou o contacto.



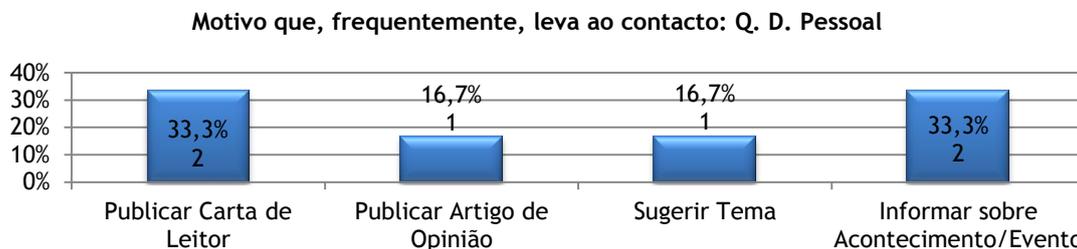
Das seis pessoas inquiridas no *Jornal do Fundão*, três (50 por cento) referiram que, em média, contactam o *Jornal do Fundão* “Uma vez por Ano”, duas (33,3 por cento) que o contactam “Uma vez por Mês” e uma (16,7 por cento) referiu que o contactou, o *Jornal do Fundão*, pela “Segunda Vez”.

9- Caso já tenha contactado, outras vezes, o *Jornal do Fundão*, qual o motivo que, frequentemente, o/a leva, ou levou, a contactá-lo?



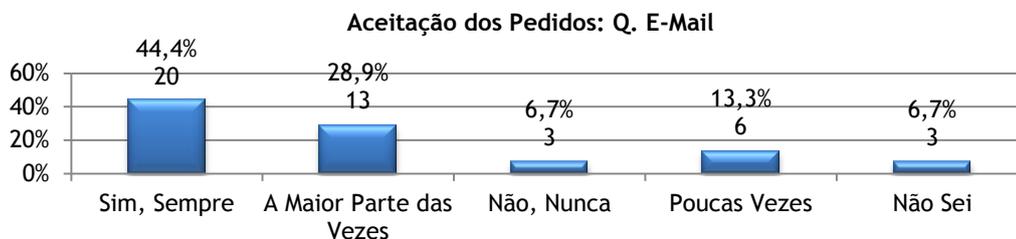
As 45 pessoas que dizem, no inquérito por e-mail, ter contactado mais do que uma vez o *Jornal do Fundão* (uma “Todas as Semanas”, 16 “Uma Vez por Mês”, 25 “Uma Vez por Ano”, três “Segunda Vez”) referiram o motivo que frequentemente as leva, ou levou, a efetuar o contacto. O resultado das respostas é o seguinte: 33,3 por cento dos inquiridos por e-mail respondeu que o que frequentemente os leva, ou levou, a efetuar o contacto com o *Jornal do Fundão* é/foi o envio de artigos de opinião para publicação; 31,1 por cento dos

inquiridos referiu que é/foi o envio de notícias para publicação; 20 por cento dos inquiridos respondeu que é/foi o envio de cartas de leitor para publicação; 13,3 por cento dos inquiridos mencionou que é/foi o facto de o querer informar sobre um acontecimento/evento; e 2,2 por cento dos inquiridos referiu que a sugestão de temas é o que frequentemente os leva, ou levou, a contactar o Jornal.



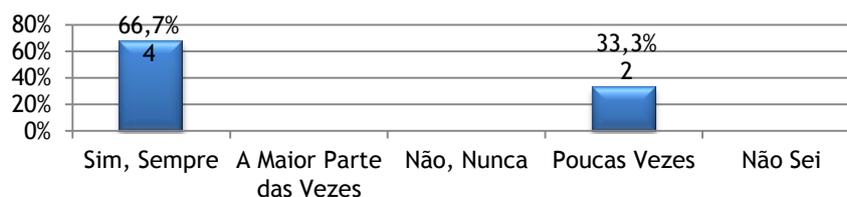
As seis pessoas, inquiridas no *Jornal do Fundão*, que dizem ter contactado mais do que uma vez o Jornal (duas “Uma Vez por Mês”, três “Uma Vez por Ano”, uma “Segunda Vez”) referiram o motivo que frequentemente as leva, ou levou, a efetuar o contacto com o *Jornal do Fundão*. O resultado das respostas é: dois dos inquiridos no *Jornal do Fundão* (33,3 por cento) responderam que o que frequentemente os leva a efetuar o contacto com o Jornal é a entrega de cartas de leitor para publicação; outros dois inquiridos (33,3 por cento) mencionaram que é o facto de o quererem informar sobre um acontecimento; um dos inquiridos (16,7 por cento) referiu que é a entrega de notícias para publicação; e, finalmente, outro dos inquiridos (16,7 por cento) respondeu que a sugestão de temas é o que frequentemente o leva a contactar o *Jornal do Fundão*.

9.1-O seu pedido foi sempre aceite e publicado pelo e no *Jornal do Fundão*?



As mesmas 45 pessoas, inquiridas por e-mail e atrás referidas, responderam à pergunta 9.1. Destas, 44,4 por cento referiu que o seu pedido foi sempre aceite e publicado pelo e no *Jornal do Fundão*, que o seu pedido foi sempre tido em conta, ao contrário de 6,7 por cento, das 45 pessoas, que referiu que o seu pedido nunca foi aceite e publicado no *Jornal do Fundão*. 28,9 por cento, das 45 pessoas, mencionou que o *Jornal do Fundão* aceitou e publicou o seu pedido “A Maior Parte das Vezes”, ao passo que 13,3 por cento considerou que o *Jornal do Fundão* aceitou e publicou o seu pedido, mas “Poucas Vezes”. As três pessoas (6,7 por cento) que admitiram não ler, nunca, o *Jornal do Fundão* “Não Sabem” se o seu pedido foi alguma vez aceite e publicado.

Aceitação dos Pedidos: Q. D. Pessoal



Das seis pessoas inquiridas no *Jornal do Fundão*, quatro (66,7 por cento) referiram que o seu pedido foi sempre aceite e publicado pelo e no *Jornal*, que o seu pedido foi sempre tido em conta. Duas pessoas (33,3 por cento) responderam que o *Jornal do Fundão* aceitou e publicou o seu pedido, mas “Poucas Vezes”.

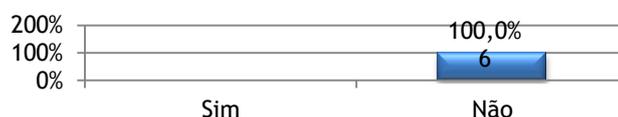
10-Além do *Jornal do Fundão* contacta outros jornais regionais portugueses?

Contacto a outros jornais regionais portugueses: Q. E-Mail



À questão número 10, 32,2 por cento dos 64 inquiridos por e-mail respondeu afirmativamente. Quer dizer que, além do *Jornal do Fundão*, 21 pessoas contactam outros jornais regionais. As restantes 43 pessoas, ou seja, 67,2 por cento dos inquiridos diz não contactar outros jornais regionais, além do *Jornal do Fundão*.

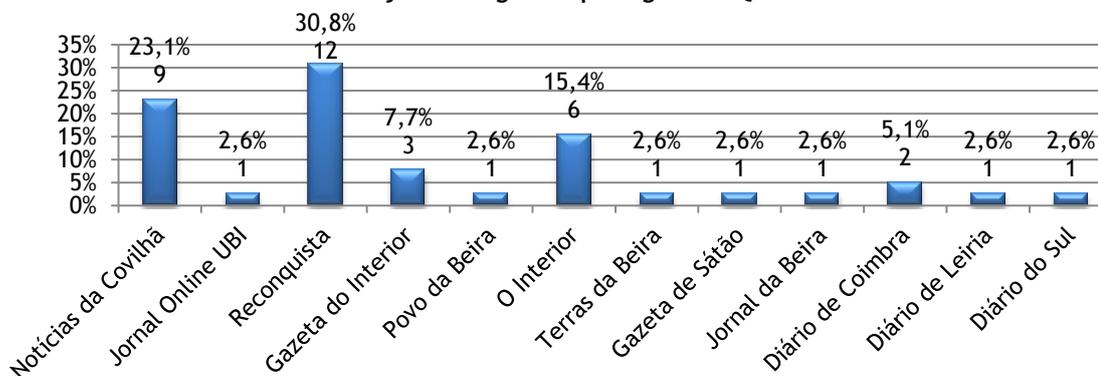
Contacto a outros jornais regionais portugueses: Q. D. Pessoal



Os seis inquiridos no *Jornal do Fundão* responderam a esta questão negativamente. Quer dizer que não contactam outros jornais regionais, além deste.

10.1- Se respondeu “sim”, que outros jornais contacta?

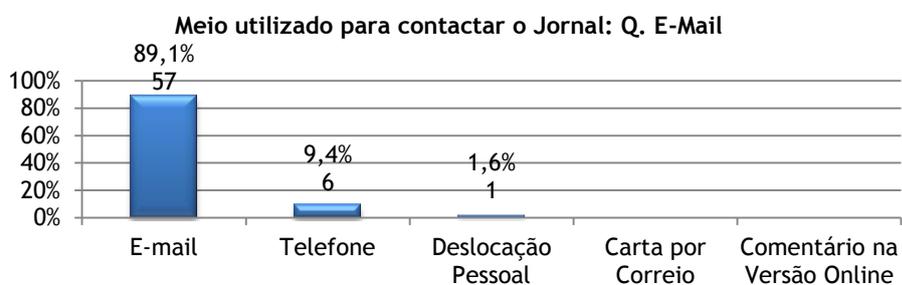
Outros jornais regionais portugueses: Q. E-Mail



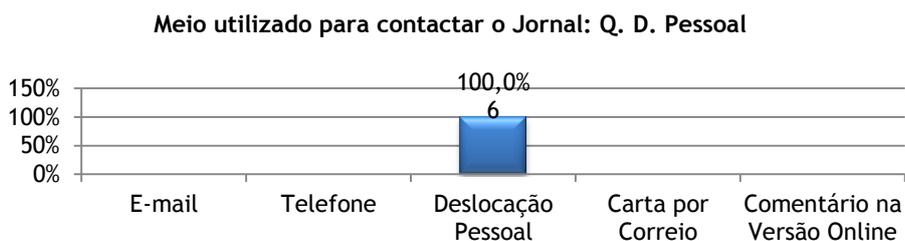
A cada uma das 21 pessoas que mencionou contactar outros jornais regionais, além do *Jornal do Fundão*, foi dada a possibilidade de referir mais do que um jornal regional. Desta

forma, 12 pessoas, o que corresponde a 30,8 por cento dos inquiridos por e-mail, dizem contactar o jornal *Reconquista* (Castelo Branco). Nove pessoas, ou seja, 23,1 por cento dos inquiridos, dizem contactar o jornal *Notícias da Covilhã* (Covilhã) e seis pessoas, logo 15,4 por cento dos inquiridos, o jornal *O Interior* (Guarda), além do *Jornal do Fundão*. A *Gazeta do Interior* (Castelo Branco) foi enunciada por três pessoas (7,7 por cento dos inquiridos) e o *Diário de Coimbra* (Coimbra) mencionado por duas pessoas (5,1 por cento dos inquiridos). Outros jornais foram referidos, mas em menor quantidade. São eles o *Jornal Online da UBI* (Covilhã/UBI) (2,6 por cento), o *Povo da Beira* (Castelo Branco) (2,6 por cento), *Terras da Beira* (Guarda) (2,6 por cento), a *Gazeta de Sátão* (Viseu) (2,6 por cento), o *Jornal da Beira* (Viseu) (2,6 por cento), o *Diário de Leiria* (Leiria) (2,6 por cento) e o *Diário do Sul* (Beja) (2,6 por cento).

11-Habitualmente como é que contacta o Jornal do Fundão? (se foi a primeira vez que contactou o Jornal do Fundão indique o meio que, desta vez, utilizou para efetuar o contacto)



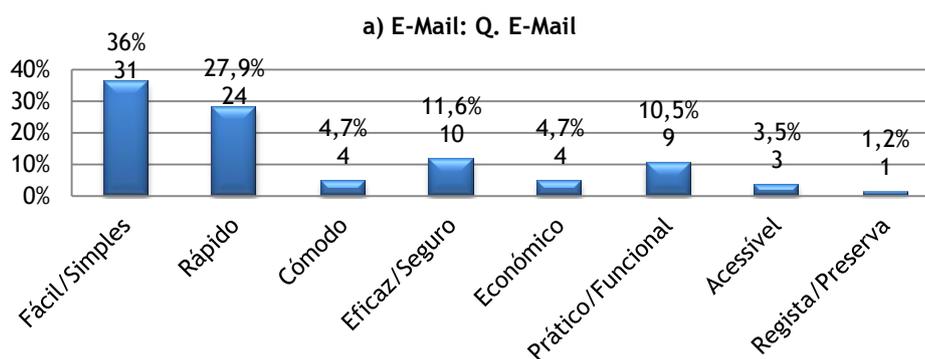
A maior parte dos inquiridos por e-mail, 89,1 por cento (57 pessoas), respondeu que, habitualmente, contacta o *Jornal do Fundão* através do e-mail⁹⁶. 9,4 por cento (seis pessoas) refere-se ao telefone e 1,6 por cento, isto é, uma pessoa, à deslocação pessoal como sendo o meio que, habitualmente, utilizam para estabelecer contacto com o *Jornal do Fundão*.



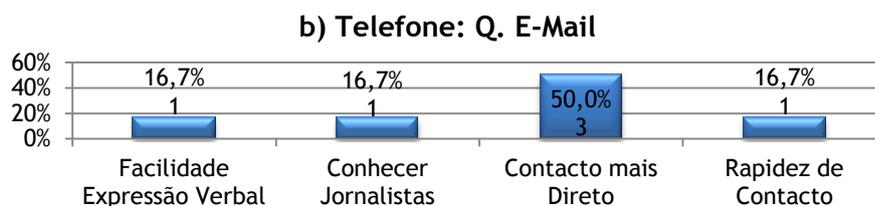
Os seis inquiridos no *Jornal do Fundão* responderam que, habitualmente, se dirigem a este Jornal para entregar ou transmitir algum “Conteúdo gerado por Leitores”.

⁹⁶ As 19 pessoas que referiram ter contactado pela “Primeira Vez” o *Jornal do Fundão* estão incluídas nas 57 inquiridas que afirmam contactar, habitualmente, o *Jornal do Fundão* através de e-mail.

11.1-Por que motivo contacta, contactou, o Jornal do Fundão através do meio indicado?



Das pessoas inquiridas por e-mail, 57 referiram ser habitual contactar o *Jornal do Fundão* através do correio eletrónico. Quando questionadas pelo motivo que as leva a utilizar frequentemente o e-mail para o contactar algumas deram mais do que uma resposta (por exemplo: meio rápido, cómodo e económico). Todas as respostas foram aceites. Deste modo, é possível verificar, através do gráfico, que 31 pessoas, isto é, 36 por cento dos inquiridos respondeu que o e-mail é um meio “Fácil/Simples” de usar. Outra característica apontada por 27,9 por cento dos inquiridos, e que motiva a utilização do e-mail, foi a “Rapidez” (com que é possível entregar a informação). A “Eficácia/Segurança” (relativamente à possibilidade de anexar imagens e documentos, sabendo que vão ser entregues) foi um aspeto referido por dez pessoas, ou seja, 11,6 por cento dos inquiridos. 10,5 por cento dos inquiridos, nove pessoas, respondeu que o e-mail é um meio “Prático/Funcional” (podendo ser usado a qualquer hora do dia, sobretudo quando há disponibilidade). A “Comodidade” (poder enviar a informação a partir de casa, sem a necessidade de deslocação) foi referida por quatro pessoas, 4,7 por cento dos inquiridos. A mesma quantidade de pessoas, quatro, referiu-se ao e-mail como sendo um meio de contacto “Económico” (com baixos custos, não só porque a deslocação pessoal pode implicar gastos, mas porque há lugares onde é possível aceder gratuitamente há Internet). Relacionada, de alguma forma, com o último motivo está a fácil “Acessibilidade” à Internet (gratuita e acessível em alguns lugares) apontada por três pessoas, logo 3,5 por cento dos inquiridos. Finalmente, uma pessoa (1,2 por cento) admite utilizar o e-mail porque este, ao contrário do que acontece quando se telefona ou se desloca pessoalmente, tem a capacidade de “Registar/Preservar” a integridade da palavra (perdurando no tempo).



Apesar de utilizarem outros meios de contacto, como foi o caso do e-mail, seis pessoas mencionaram que o habitual é efetuar o contacto com o *Jornal do Fundão* através do telefone, sobretudo antes de enviar por e-mail seja o que for. Os motivos referidos prendem-

se com a questão da “Facilidade de Expressão Verbal” (exprimir verbalmente o que se pretende com determinado texto, informação ou sugestão de tema), com a questão da “Rapidez de Contacto” e obtenção de respostas (antes de partir para o processo da escrita, saber se vale a pena escrever um texto sobre determinado assunto) e com o facto de se “Conhecer Jornalistas” da redação. Um aspeto enunciado por três pessoas é o “Contacto Direto” (perante a impossibilidade de deslocação pessoal, por se residir fora do país, ou dentro dele mas num lugar distante do Fundão, o contacto efetuado por telefone acaba por ser mais direto que o contacto efetuado por e-mail).

c) Deslocação Pessoal: Q. E-Mail



Um leitor, apesar de ter efetuado contacto através de e-mail, referiu que a deslocação pessoal é o meio que, habitualmente, utiliza para estabelecer contacto com o *Jornal do Fundão*. Para este leitor, o “Contacto Pessoal e Direto”, presencial/físico, é muito importante na transmissão de informação, sobretudo porque é possível verificar, de forma imediata, se o tema é ou não aceite (um e-mail pode ser lido, mas não respondido e um telefonema pode, simplesmente, não ser atendido).

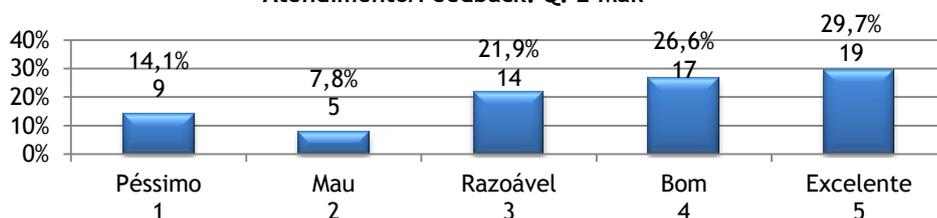
a) Deslocação Pessoal: Q. D. Pessoal



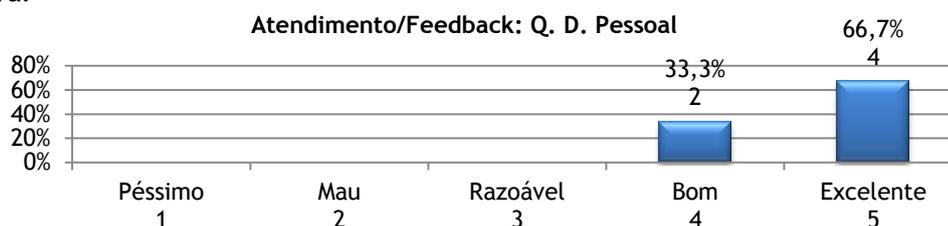
As seis pessoas inquiridas no *Jornal do Fundão*, quando questionadas pelo motivo que as leva a deslocarem-se ao Jornal para entregar ou transmitir algum tipo de “Conteúdo”, deram três respostas diferentes. O “Contacto Direto e Pessoal” com as pessoas da redação do *Jornal do Fundão* foi referido por três pessoas (50 por cento dos inquiridos), a “Facilidade em Expr Verbalmente” as pretensões, sobretudo no que diz respeito à sugestão de temas, foi um aspeto referido por duas pessoas (33,3 por cento) e o facto de se “Residir no Fundão”, perto do Jornal, mencionado por uma pessoa (16,7 por cento).

12-Numa escala de 1 a 5, que valor atribui ao atendimento e “feedback” por parte do jornalista/Jornal do Fundão?

Atendimento/Feedback: Q. E-Mail



O gráfico mostra que 29,7 por cento dos 64 inquiridos por e-mail está totalmente satisfeito com o atendimento e *feedback* do *Jornal do Fundão*, pois atribuíram o valor 5, que corresponde a um “Excelente” atendimento e *feedback*, ao *Jornal do Fundão*. 26,6 por cento dos inquiridos, 17 pessoas, atribuiu o valor 4 ao *Jornal do Fundão*, considerando que este exerce um “Bom” atendimento e *feedback* quando contactado. O número 3, que corresponde à palavra “Razoável”, foi o valor que 14 pessoas, isto é, 21,9 por cento dos inquiridos, atribuíram ao atendimento e *feedback* que provem do *Jornal do Fundão*. 14,1 por cento dos inquiridos, nove pessoas, considera o atendimento e *feedback* “Péssimo” e 7,8 por cento, cinco pessoas, considera-o “Mau”. Em suma, apesar dos valores negativos, é certo que a avaliação ao atendimento e *feedback* atribuída ao *Jornal do Fundão* foi mais positiva que negativa.



O gráfico mostra que quatro pessoas (66,7 por cento), das seis inquiridas no *Jornal do Fundão*, estão totalmente satisfeitas com o atendimento e *feedback* do *Jornal do Fundão*, pois atribuíram o valor 5 ao *Jornal do Fundão*, que corresponde a um “Excelente” atendimento e *feedback*. Duas pessoas (33,3 por cento dos inquiridos) atribuíram-lhe o valor 4, considerando portanto que exerce um “Bom” atendimento e *feedback* quando contactado.

13- Qual o papel do *Jornal do Fundão*?

A pergunta 13 deu às pessoas inquiridas a possibilidade de escolher três das oito hipóteses de resposta disponíveis, enumerando-as por ordem de importância. Das três, a opção mais importante seria a número 1 (a primeira escolha) e a menos importante a número 3 (a terceira escolha).

13. a) Primeiras Escolhas:

13.Papel do <i>Jornal do Fundão</i> : Q. E-Mail	Primeiro Lugar	%
Informar	49	76,6
Formar Opinião	1	1,6
Denunciar Problemas Regionais	5	7,8
Ouvir e dar Voz ao Povo	6	9,4
Mostrar Tradição, Cultura e Produtos Regionais	3	4,7
Criar Debate Público	0	0,0
Opinar sobre Acontecimentos	0	0,0
Entreter os Leitores	0	0,0
Total	64	100,0

“Informar”, “Formar Opinião”, “Denunciar Problemas Regionais”, “Ouvir e dar Voz ao Povo” e “Mostrar Tradição, Cultura e Produtos Regionais” foram as opções das primeiras

escolhas das pessoas inquiridas por e-mail. 76,6 por cento das 64 pessoas considera, em primeiro lugar, que “Informar” é o papel do *Jornal do Fundão*. “Ouvir e dar Voz ao Povo” foi a opção que 9,4 por cento dos inquiridos escolheu para primeiro lugar e “Denunciar Problemas Regionais” a primeira opção de 7,8 por cento dos inquiridos. A primeira escolha de 4,7 por cento dos inquiridos, relativamente ao papel do *Jornal do Fundão*, reside na opção referente ao “Mostrar Tradição, Cultura e Produtos Regionais” e a escolha de 1,6 por cento das pessoas inquiridas reside na opção referente ao “Formar Opinião”.

13.Papel do Jornal do Fundão: Q. D. Pessoal	Primeiro Lugar	%
Informar	4	66,7
Formar Opinião	0	0,0
Denunciar Problemas Regionais	1	16,7
Ouvir e dar Voz ao Povo	1	16,7
Mostrar Tradição, Cultura e Produtos Regionais	0	0,0
Criar Debate Público	0	0,0
Opinar sobre Acontecimentos	0	0,0
Entreter os Leitores	0	0,0
Total	6	100,0

Também quatro (66,7 por cento), das seis pessoas inquiridas no *Jornal do Fundão* consideraram, em primeiro lugar, que “Informar” é o papel do *Jornal do Fundão*. “Ouvir e dar Voz ao Povo” foi a opção que um dos inquiridos (16,7 por cento) escolheu para primeiro lugar e “Denunciar Problemas Regionais” a primeira opção de outra pessoa inquirida (16,7 por cento).

13. b) Segundas Escolhas:

13.Papel do Jornal do Fundão: Q. E-Mail	Segundo Lugar	%
Informar	3	4,7
Formar Opinião	6	9,4
Denunciar Problemas Regionais	29	45,3
Ouvir e dar Voz ao Povo	18	28,1
Mostrar Tradição, Cultura e Produtos Regionais	7	10,9
Criar Debate Público	1	1,6
Opinar sobre Acontecimentos	0	0,0
Entreter os Leitores	0	0,0
Total	64	100,0

“Informar”, “Formar Opinião”, “Denunciar Problemas Regionais”, “Ouvir e dar Voz ao Povo”, “Mostrar Tradição, Cultura e Produtos Regionais” e “Criar Debate Público” foram as opções das segundas escolhas das pessoas inquiridas por e-mail. 45,3 por cento das 64 pessoas inquiridas considera, em segundo lugar, que “Denunciar Problemas Regionais” é o papel do *Jornal do Fundão*. “Ouvir e dar Voz ao Povo” foi a opção que 28,1 por cento dos inquiridos escolheu para segundo lugar e “Mostrar Tradição, Cultura e Produtos Regionais” a segunda opção de 10,9 por cento dos inquiridos. A segunda escolha de 9,4 por cento dos inquiridos, relativamente ao papel do *Jornal do Fundão*, reside na opção referente ao “Formar Opinião”,

a escolha de 4,7 por cento das pessoas inquiridas reside na opção referente ao “Informar” e a escolha de 1,6 por cento dos inquiridos na opção referente ao “Criar Debate Público”.

13.Papel do Jornal do Fundão: Q. D. Pessoal	Segundo Lugar	%
Informar	0	0,0
Formar Opinião	1	16,7
Denunciar Problemas Regionais	3	50,0
Ouvir e dar Voz ao Povo	1	16,7
Mostrar Tradição, Cultura e Produtos Regionais	1	16,7
Criar Debate Público	0	0,0
Opinar sobre Acontecimentos	0	0,0
Entreter os Leitores	0	0,0
Total	6	100,0

De modo semelhante, três (50 por cento) das seis pessoas inquiridas no *Jornal do Fundão*, consideram, em segundo lugar, que “Denunciar Problemas Regionais” é o papel deste Jornal. “Formar Opinião” foi a opção que uma pessoa (16,7 por cento) escolheu para segundo lugar, “Ouvir e dar Voz ao Povo” a segunda opção de outra pessoa (16,7 por cento) e “Mostrar Tradição, Cultura e Produtos Regionais” a segunda opção de outra pessoa inquirida (16,7 por cento).

13. c) Terceiras Escolhas:

13.Papel do Jornal do Fundão: Q. E-Mail	Terceiro Lugar	%
Informar	6	9,4
Formar Opinião	5	7,8
Denunciar Problemas Regionais	13	20,3
Ouvir e dar Voz ao Povo	13	20,3
Mostrar Tradição, Cultura e Produtos Regionais	17	26,6
Criar Debate Público	10	15,6
Opinar sobre Acontecimentos	0	0,0
Entreter os Leitores	0	0,0
Total	64	100,0

Das 64 pessoas inquiridas por e-mail 26,6 por cento considera, em terceiro lugar, que “Mostrar Tradição, Cultura e Produtos Regionais” é o papel do *Jornal do Fundão*. “Ouvir e dar Voz ao Povo” foi a opção que 20,3 por cento dos inquiridos escolheu para terceiro lugar e “Denunciar Problemas Regionais” a terceira opção de outros 20,3 por cento dos inquiridos. A terceira escolha de 15,6 por cento dos inquiridos, relativamente ao papel do *Jornal do Fundão*, reside na opção referente ao “Criar Debate Público”, a escolha de 9,4 por cento das pessoas inquiridas reside na opção referente ao “Informar” e a escolha de 7,8 por cento dos inquiridos na opção referente ao “Formar Opinião”.

Em suma, “Informar”, em primeiro lugar, “Denunciar Problemas Regionais”, em segundo, e “Mostrar Tradição, Cultura e Produtos Regionais”, em terceiro lugar, foram as escolhas da maior parte dos inquiridos por e-mail, relativamente ao papel do *Jornal do Fundão*.

13.Papel do Jornal do Fundão: Q. D. Pessoal	Terceiro Lugar	%
Informar	2	33,3
Formar Opinião	0	0,0
Denunciar Problemas Regionais	1	16,7
Ouvir e dar Voz ao Povo	3	50,0
Mostrar Tradição, Cultura e Produtos Regionais	0	0,0
Criar Debate Público	0	0,0
Opinar sobre Acontecimentos	0	0,0
Entreter os Leitores	0	0,0
Total	6	100,0

Já três (50 por cento) das seis pessoas inquiridas no *Jornal do Fundão* consideraram, em terceiro lugar, que “Ouvir e dar Voz ao Povo” é o papel do *Jornal do Fundão*. “Informar” foi a opção que duas pessoas (33,3 por cento dos inquiridos) escolheram para terceiro lugar e “Denunciar Problemas Regionais” a terceira opção de uma pessoa (16,7 por cento dos inquiridos).

Em suma, “Informar”, em primeiro lugar, “Denunciar Problemas Regionais”, em segundo, e “Ouvir e dar Voz ao Povo”, em terceiro lugar, foram as escolhas da maior parte dos inquiridos no *Jornal do Fundão*. Cabe salientar que, apesar do número de inquiridos, ao nível da deslocação pessoal, ser bastante inferior ao número de inquiridos por e-mail, os resultados obtidos são semelhantes, sobretudo nas primeiras (“Informar”) e segundas escolhas (“Denunciar Problemas Regionais”).

14-Numa palavra, ou até um máximo de quatro palavras, como define o Jornal do Fundão?

Por serem extensas e pouco relevantes para o estudo, as listas de definições encontram-se em grelhas em anexo⁹⁷.

Capítulo V - Resultados Gerais e Interpretação de Dados

O tratamento estatístico dos dados foi feito separadamente, isto é, consoante o meio utilizado para efetuar o contacto com o *Jornal do Fundão*. Mas mais do que se observarem dados separados e particularizados pretende-se chegar a conclusões gerais capazes de responder ao problema e hipóteses de trabalho, de onde partiu a investigação. A análise que se segue refere-se aos resultados obtidos na fase de recolha de dados e publicação dos mesmos.

⁹⁷ Anexo 4 Ponto 3.A

5.1. Receção de “Conteúdos gerados por Leitores”: Meio de Contacto, Identificação de “Conteúdos”, Género Textual e suas Características

No período de recolha de dados registaram-se 160 “Conteúdos gerados por Leitores” (121 “Textos”, 27 “Informações”, dez “Sugestões de Tema” e dois “Pedidos de Esclarecimento”), 148 enviados por e-mail, 11 entregues pessoalmente no *Jornal do Fundão* e um transmitido por telefone. Este dado, juntamente com as respostas obtidas através das perguntas 11 e 11.1 do questionário por inquérito (da página 98 à 100), confirma uma das hipóteses colocadas: “H1: Com as potencialidades associadas à Internet os leitores preferem contactar o *Jornal do Fundão* através de correio eletrónico”.

A maior parte das pessoas inquiridas, 57 (de 70), referiu ser habitual contactar o *Jornal do Fundão* através de e-mail. Um meio de contacto preferido por ser “Fácil/Simples” de usar (36 por cento), “Rápido” na entrega de informação (27,9 por cento), “Eficaz/Seguro” por permitir anexar imagens e documentos com a confiança de que serão entregues (11,6 por cento), “Prático/Funcional” pela possibilidade de envio de informação a qualquer hora do dia (10,5 por cento), “Cómodo” por permitir enviar informação a partir de casa (4,7 por cento), “Económico” (4,7 por cento) e “Acessível” (3,5 por cento) pela desnecessidade de deslocação, que pode implicar gastos, e existência de lugares onde é possível aceder gratuitamente à Internet e por ter a capacidade, como nenhum dos outros meios tem - telefone e deslocação pessoal (palavra falada) - de “Registar/Preservar” a integridade da palavra (1,2 por cento). Ainda assim, importa referir que o total de inquiridos no *Jornal do Fundão*, seis, mostrou preferir deslocar-se pessoalmente ao Jornal para entregar algum tipo de “Conteúdo”. Os motivos estão relacionados com a valorização do “Contacto Direto e Pessoal” e com a facilidade em “Expor Verbalmente” as pretensões, também referidos pelos inquiridos que preferem estabelecer contacto telefonicamente.

Durante a recolha de dados outra hipótese se verificou, esta relacionada com a temática e interesse informativo dos “Conteúdos” que os leitores enviaram para o *Jornal do Fundão*. De um modo geral, o grupo de leitores que contactou o Jornal entregou para publicação sobretudo assuntos ou temas de cariz cultural e social. 33,1 por cento dos “Conteúdos” enviados por e-mail foram identificados como sendo de “Cultura” e 16,9 por cento de “Sociedade”; 37 por cento dos “Conteúdos” (quatro) entregues no *Jornal do Fundão* identificados como sendo da temática “Sociedade” e 27 por cento (três) de “Cultura”; também o dado transmitido telefonicamente foi identificado como sendo de “Sociedade”. Relativamente ao interesse informativo, constatou-se que a maior parte dos “Conteúdos gerados por Leitores”, 53 por cento dos enviados por e-mail, 81,9 por cento (nove) dos “Conteúdos” entregues no *Jornal do Fundão* e o assunto da chamada telefónica, é de interesse “Semi-Publico-Privado”.

São dados que permitem chegar à conclusão de que os leitores que contactam o *Jornal do Fundão* não entregam sobretudo “Conteúdos” de interesse público e com temáticas como “Política” e “Economia”. Porém, entregam temas sobre “Sociedade” e, ainda mais, de “Cultura” e de interesse “Semi-Público-Privado”, isto é, um tipo de “Conteúdo” que não se caracteriza por ser totalmente de interesse privado ou totalmente de interesse público, mas de carácter privado com repercussão pública. Portanto, a hipótese “H2: Interessados na atualidade do país, os leitores que contactam o *Jornal do Fundão* entregam sobretudo assuntos de interesse público e com temáticas como política, economia e sociedade” não se confirma. Aliás, confirma-se uma parte mínima, sobre a temática “Sociedade”.

Para melhor se definir o tipo de “Conteúdos” entregues ao *Jornal do Fundão*, acabou por verificar-se outro aspeto: o envolvimento do autor do contacto nos acontecimentos que quer ver publicados. Dos 148 e-mails, 27,7 por cento revela que o seu autor está de alguma forma envolvido (na divulgação de um trabalho que desenvolveu ou no noticiar de um evento que organizou) nos acontecimentos que quer ver publicados, bem como 36,4 por cento dos 11 “Conteúdos” entregues no *Jornal do Fundão*. Quer dizer que a maior parte dos “Conteúdos gerados por Leitores”, enviados por e-mail, entregues pessoalmente e transmitidos por telefone, não evidenciou o envolvimento dos autores do contacto nos acontecimentos. Deste modo, conclui-se que a maioria dos “Leitores” assumiu, perante os acontecimentos, uma posição de cidadão ativo, retratando no “Texto” o quotidiano em seu redor, informando, sugerindo temas e pedindo esclarecimentos sobre coisas que não têm em foque aspetos da sua vida.

Outras conclusões se tiraram sobre a generalidade destes “Conteúdos”:

O espaço geográfico mais representado nos diferentes tipos de “Conteúdos” é a “Covilhã”, “Fundão” e “Portugal”. 27 por cento dos “Conteúdos” enviados por e-mail são sobre acontecimentos ou situações que ocorreram na “Covilhã”, tal como o assunto transmitido através do telefone, 17,6 por cento sobre acontecimentos ou situações que ocorreram no Fundão e 25,7 por cento sobre acontecimentos ou situações relacionados com “Portugal; 81,9 por cento dos “Conteúdos” (nove) entregues no *Jornal do Fundão* são sobre acontecimentos que decorreram “Fundão”, ou se relacionam com ele. Este dado revela, ao mesmo tempo, que a maior parte dos espaços geográficos identificados ou assuntos tratados estão inseridos num contexto “Regional” e, em segundo lugar, “Nacional”. Pode dizer-se que os “Textos” dos leitores, “Informações” e “Sugestões” para publicação, abordam acontecimentos ou situações que ocorreram na área ou zona de influência do *Jornal do Fundão*, ou se relacionam com ela, remetendo para o conceito de proximidade.

A presença de imagens, entregues juntamente com os diferentes “Conteúdos gerados por Leitores”, foi um aspeto observado. 33,2 por cento de “Conteúdos” enviados por e-mail possuía algum tipo de imagem, nomeadamente fotografias ou desenhos ilustrativos; bem como 27,3 por cento de “Conteúdos” (três) entregues pessoalmente no Jornal. Os restantes

“Conteúdos gerados por Leitores”, a maior parte, não possuíam imagem. Apesar disso, este é um dado relevante tendo em conta que jornalisticamente a imagem é, além do texto, um elemento informativo. Alguns leitores parecem ter noção desse facto, o de reconhecer a importância da imagem como complemento do texto, pois ao averiguarem-se as imagens entregues ao *Jornal do Fundão* constatou-se que a maioria, fotografias, representa os acontecimentos ou situações que os leitores queriam ver publicados/noticiados.

Durante a fase de recolha de dados chegou-se também a conclusões gerais relacionadas com os “Textos/Pedido de Publicação”, um tipo de “Conteúdos”:

O *Jornal do Fundão* recebeu dos leitores sobretudo textos considerados (por se assemelharem ao género textual) notícias (30,7 por cento através de e-mail e 57,1 por cento - quatro - por deslocação pessoal) e cartas de leitor (31,6 por cento através de e-mail e 14,3 por cento - uma - por deslocação pessoal). Mas também, identificou-se, textos de opinião (20,2 por cento enviados por e-mail), crónicas (15,8 por cento enviadas por e-mail e 28,6 por cento - duas - entregues pessoalmente), uma breve e uma entrevista. Constatou-se que a maior parte destes textos chegou à redação com um título formulado (93 por cento enviados por e-mail e 85,8 por cento - seis - entregues no *Jornal do Fundão*), mas sem lead (67,6 por cento enviados por e-mail e 42,9 por cento - três - entregues pessoalmente). Um dado positivo, este último sobre o lead, já que as percentagens entre parênteses se referem, essencialmente, a géneros de texto onde não é usual o lead, tais como textos de opinião, crónicas e cartas de leitor. Apenas 32,5 por cento dos textos enviados por e-mail, considerados notícias, a breve e a entrevista detinham lead, bem como a totalidade de notícias entregues pessoalmente no *Jornal do Fundão*, ou seja, quatro. Verificou-se, ainda, que a maior parte dos leitores assinou os textos que enviou para o *Jornal do Fundão*. Apenas 2 por cento dos textos enviados por e-mail e três dos textos entregues pessoalmente não estavam assinados.

O facto dos “Textos” se assemelharem a géneros jornalísticos, alguns possuírem título e lead, assinatura e imagens, revela tratar-se de um grupo de “Leitores” preocupado com a forma como constrói e organiza um texto e com a forma como tenta credibiliza-lo.

5.1.1. “Conteúdos gerados por Leitores” Publicados sob a forma de Géneros Jornalísticos: Seleção e Tratamento Jornalístico, Destaque e Características

No período de verificação da publicação dos dados constatou-se que dos 160 “Conteúdos gerados por Leitores” (148 enviadas por e-mail, 11 entregues no *Jornal do Fundão* e um transmitido por telefone) 69, o que equivale a uma percentagem de 43 por cento, foram publicados nas edições do *Jornal do Fundão*, portanto menos de metade da totalidade dos “Conteúdos”.

De 148 “Conteúdos gerados por Leitores” enviados por e-mail 62 foram publicados, 38 sob a forma de notícias, um sob a forma de breve, dois sob a forma de textos de opinião, dois sob a forma de crónicas, um sob a forma de entrevista, 17 sob a forma de cartas de leitor e um sob a forma de reportagem. E de 11 “Conteúdos” entregues pessoalmente, sete foram publicados, quatro sob a forma de notícias, dois sob a forma de crónica e um sob a forma de carta de leitor. O tema transmitido telefonicamente não foi publicado. Significa que, no total, foram publicadas: 42 notícias, uma breve, dois textos de opinião, quatro crónicas, uma entrevista, 18 cartas de leitor e uma reportagem. Cabe salientar que 16 destes textos passaram por um processo de alteração de género ou transformação em género, observado após a publicação: uma breve entregue ao *Jornal do Fundão* tornou-se notícia e uma carta de leitor noutra notícia; nove de dez informações foram publicadas sob a forma de notícia e uma dessas dez informações em breve; três sugestões de tema tornaram-se notícia e outra sugestão numa reportagem.

Em redor do assunto “destaque” dos textos nas edições do *Jornal do Fundão* concluiu-se que apenas um, sob a forma de reportagem e escrito por um elemento da redação (estagiária), ganhou destaque na primeira página do Jornal. Destaque ao nível de localização (Canto Superior Direito) e título. Nenhum outro texto de leitores, nenhum outro tema informado ou sugerido ao *Jornal do Fundão*, e selecionados para publicação, foi destacado na primeira página. Além desta, outras conclusões se tiraram relativamente ao destaque e organização dos textos, mas no interior do Jornal:

A maior parte foi publicada na secção “Regional” e “Cartas” (temas enviados por e-mail: 39 por cento publicados na secção “Regional” e 31 por cento publicados na secção “Cartas”; temas entregues pessoalmente: 14 por cento, ou seja, um texto publicado na secção “Regional” e 14 por cento, um texto, na secção “Cartas”).

Grande parte dos temas, enviados por e-mail e entregues pelos leitores no *Jornal do Fundão*, foi publicada em páginas “Ímpar” das edições (temas enviados por e-mail: 56 por cento dos textos publicados em páginas “Ímpar”; temas entregues pessoalmente: 71 por cento, ou seja, cinco textos publicados em páginas “Ímpar”). Este é um dado relevante se se considerar que perante a abertura de um jornal o leitor tende a olhar, em primeiro lugar, para as páginas “Ímpar”. Em contrapartida, constatou-se também que os temas dos leitores enviados por e-mail foram publicados, sobretudo, na zona inferior das páginas do *Jornal do Fundão*, isto é, 46 por cento dos textos (19 por cento na parte inferior página, 19 por cento no canto inferior esquerdo e 8 por cento no canto inferior direito), bem como 57 por cento, ou seja, quatro dos temas entregues pessoalmente (43 por cento, ou seja, três, na parte inferior da página e 14 por cento, ou seja, um, no canto inferior esquerdo da página). Um dado igualmente importante se se considerar que perante a abertura de um jornal o leitor tende a olhar, em primeiro lugar, para a zona superior da página e só depois para a zona inferior.

Relativamente à dimensão dos textos publicados nas páginas do *Jornal do Fundão* constatou-se que a maioria foi publicada em menos de um quarto de página ou num quarto de página (temas enviados por e-mail: 40 por cento dos textos publicados em menos de um quarto de página e 21 por cento num quarto de página; temas entregues pessoalmente: 28,6 por cento, ou seja, dois dos textos publicados em menos de um quarto de página e 14,3 por cento, um texto, publicado num quarto de página). Quer dizer que grande parte dos temas dos leitores, escritos por eles ou trabalhados por jornalistas da redação, não foi tratada, na publicação, com muita profundidade. Não lhe foi dada muita importância. Esta conclusão torna-se mais forte se se tiver em conta que as imagens publicadas, juntamente com o texto, foram incluídas na dimensão ou espaço que o texto ocupou.

Em termos de informação intrínseca dos textos publicados constatou-se que:

No que diz respeito à temática, a maior parte dos textos publicados é de carácter cultural e social (temas enviados por e-mail: 37 por cento dos textos são sobre “Cultura” e 14 por cento sobre “Sociedade”; temas entregues pessoalmente: 28,6 por cento, ou seja, dois dos textos são sobre “Cultura” e 28,6 por cento, dois textos, sobre “Sociedade”). Significa que o *Jornal do Fundão*, em termos de temas publicados, está em sintonia com os leitores, estes entregam para publicação sobretudo temas ou assuntos de cariz cultural e social.

A maior parte dos temas publicados retrata acontecimentos ou situações que ocorreram na Covilhã e no Fundão (temas de e-mail publicados: 37 por cento dos textos são sobre a Covilhã e 31 por cento sobre o Fundão; temas entregues pessoalmente: 71 por cento, ou seja, cinco dos textos publicados são sobre o Fundão). Em terceiro lugar destaca-se Portugal, presente em 13 por cento dos textos publicados, com temas provenientes de e-mail. Este dado revela, ainda, que a maioria dos assuntos publicados e espaços geográficos neles identificados aparece sobretudo retratada em contexto “Regional” e, em segundo lugar, “Nacional”. Em suma, Covilhã, Fundão e o termo “Regional” remetem para o conceito de proximidade, isto é, para a publicação de acontecimentos ou situações que ocorreram na área ou zona de influência do *Jornal do Fundão*, ou publicação de acontecimentos relacionados com esta. A identificação de critérios de noticiabilidade nos textos publicados reforça este aspeto: identificou-se o critério da “proximidade” na maior parte dos textos publicados, 64 por cento provenientes de e-mails e 71,4 por cento, isto é, cinco entregues no *Jornal do Fundão*.

Relativamente ao interesse informativo, constatou-se que os textos publicados são maioritariamente de interesse “Semi-Público-Privado”, 61 por cento referentes a temas que os leitores enviaram para o *Jornal do Fundão* através de e-mail e cinco, 71,4 por cento, referentes a temas que os leitores entregaram pessoalmente no Jornal. Portanto, um tipo de interesse que nem é público nem privado, mas privado com alguma repercussão pública.

Neste momento, e tendo em conta os dados sobre o espaço geográfico, critério de noticiabilidade e destaque dos textos nas edições do *Jornal do Fundão*, é possível confirmar a hipótese “H3: O *Jornal do Fundão* publica os temas dos leitores sobretudo relacionados com acontecimentos que ocorrem na zona de influência do Jornal (valor de proximidade), optando, ainda, por não lhes dar destaque significativo nas edições”.

Averiguaram-se outros aspetos, nomeadamente relacionados com alterações efetuadas sobre elementos como o título, o lead e corpo dos “Textos/Pedido de Publicação” selecionados e publicados e com presença de imagens e assinaturas nos textos publicados:

Após a publicação dos “Textos” verificou-se que a maior parte dos seus títulos se manteve tal e qual como o seu autor os formulou antes de os fazer chegar ao *Jornal do Fundão*, 35,5 por cento dos títulos pertencentes a textos provenientes de e-mails e 57 por cento (quatro) dos títulos pertencentes a textos entregues no *Jornal do Fundão*. Alterou no entanto 35,5 por cento dos títulos pertencentes a textos provenientes de e-mails e 14 por cento (um) dos títulos pertencentes a textos entregues no *Jornal do Fundão*. Apesar de, por questões de género textual, se encontrar nos “Textos” selecionados e publicados uma menor quantidade de leads cabe salientar que o *Jornal do Fundão* optou também por manter, sem alterar, a maior parte dos leads que o autor do texto formulou, 34 por cento dos leads pertencentes a textos provenientes de e-mails e 14 por cento, isto é, um dos leads pertencente a um dos textos entregue na redação do Jornal. Alterou no entanto 10 por cento dos leads pertencentes a textos provenientes de e-mails e um lead pertencente a um dos textos entregue no Jornal.

Também não se verificou, na maior parte dos “Textos” selecionados e publicados, alterações ao nível do corpo do texto. As alterações deste tipo incidiram em apenas 34 por cento dos textos enviados por e-mail e em dois dos textos entregues no *Jornal do Fundão*. Nestes identificaram-se “médias alterações”, caracterizadas por retirar um ou outro parágrafo do texto, e sobretudo “grandes alterações”, caracterizadas por retirar ou acrescentar dos textos, e numa quantidade significativa, frases ou parágrafos e, ao mesmo tempo, corrigirem-se erros de sintaxe ou semântica detetados. Quer dizer que, no caso das “grandes alterações”, o *Jornal do Fundão*, além de retirar ou acrescentar frases ou parágrafos, corrigiu outros aspetos no texto, ou seja, aperfeiçoou frases mal formuladas, às vezes reconstruindo a quase totalidade do texto, e pontuação mal aplicada que, nalguns casos, tornava o texto confuso. Retirou das notícias falas e verbos que evidenciavam a presença da primeira pessoa do singular e a segunda do plural, bem como o uso abusivo de adjetivos qualificativos e expressões incorretas, por vezes redundantes (por exemplo, “fieis (gente)”) e utilizadas com alguma frequência. Livrou os textos, neste caso notícias, de factos irrelevantes, carregados de opinião pessoal, apagou elogios, parabéns ou agradecimentos que o autor do texto escreveu para si, sobre o seu trabalho, para outras pessoas ou instituições.

Deu aos eventos/acontecimentos, retratados nos textos, uma visão mais séria e objetiva, em vez de manter a visão subjetiva e, por vezes, parcial do autor do texto.

Apesar de se ter concluído que o *Jornal do Fundão* nem sempre optou por, no momento da publicação, ilustrar os textos com as fotografias enviadas pelo autor do contacto cabe salientar que a maior parte dos textos foi, ainda assim, publicada com imagens: dos temas enviados por e-mail, 34 por cento foram publicados com fotografias do Jornal, 2 por cento com desenhos/ilustração também do Jornal e 22 por cento com fotografias do próprio autor do contacto (convém relembrar, neste ponto, que dos 62 e-mails selecionados para publicação 42 por cento traziam imagens em anexo); dos temas entregues no *Jornal do Fundão*, três textos (43 por cento) foram publicados com fotografias do Jornal e outros três com fotografias do leitor.

Mais do que um propósito estético ou de embelezamento das páginas, a imagem em contexto apropriado tem a capacidade de informar ou de complementar a informação de um texto. Neste estudo, e por observação, constatou-se que as imagens publicadas ao lado dos textos dos leitores ou temas sugeridos por leitores, mas trabalhados por jornalistas, foram tendo os dois propósitos - o de embelezar e quebrar a monotonia das páginas e o de complementar informações destes textos, que como se verificou ocuparam, maioritariamente, pequenos pedaços de página.

A situação referente à presença da assinatura do autor/leitor nos seus textos, quando publicados, é semelhante à situação anterior. Ou seja, apesar de se ter concluído que o *Jornal do Fundão* nem sempre optou por, no momento da publicação, assinar os textos com a assinatura de quem os escreveu cabe salientar que a maior parte dos textos foi, ainda assim, publicada com assinatura: dos temas enviados por e-mail, 52 por cento foram publicados com a assinatura do autor do texto/leitor e 6 por cento com a assinatura dos jornalistas do *Jornal do Fundão*; dos temas entregues no *Jornal do Fundão*, 43 por cento, ou seja, três textos foram publicados com a assinatura do autor do texto/leitor e dois com a assinatura dos jornalistas da redação. Se por um lado não é grave que um texto seja publicado sem assinatura, porque importante mesmo é que este seja relatado com factos verdadeiros ou argumentos lógicos (dependendo do género), por outro lado importa que um texto seja publicado com assinatura. A assinatura, além de informar sobre a autoria dos textos, conferindo-lhe credibilidade, permite extrair conclusões acerca da importância que o próprio jornal atribui aos textos que publica, neste caso escritos ou sugeridos por leitores.

5.2. Caracterização dos Leitores que contactaram o *Jornal do Fundão*

Compete caracterizar, de um modo geral e através dos dados mais importantes, os leitores que na última semana de Novembro, Dezembro (2011) e Janeiro (2012) contactaram o

Jornal do Fundão - 88 por e-mail, oito deslocando-se à redação e um telefonicamente - e preencheram, de 22 de Novembro (2011) a 29 de Fevereiro (2012), o questionário por inquérito - 64 por correio eletrónico e seis na redação do Jornal.

Trata-se de um grupo constituído maioritariamente por pessoas do sexo masculino, pois o *Jornal do Fundão* foi contactado por 97 leitores, 74 homens (66 por e-mail, sete no Jornal e um por telefone) e 23 mulheres (22 por e-mail e uma no Jornal) e o inquérito respondido por 70, 59 homens (53 por e-mail e seis no Jornal) e 11 mulheres (por e-mail). Este grupo, a residir sobretudo no distrito de Castelo Branco - 64,1 por cento dos inquiridos por e-mail e as seis pessoas inquiridas na redação do Jornal -, tem uma idade compreendida entre 30 e os 39 anos - 26,6 por cento dos inquiridos por e-mail e dois (33,3 por cento) inquiridos na redação - e os 60 e os 69 anos - 23,4 por cento dos inquiridos por e-mail e dois (33,3 por cento) inquiridos na redação.

A maior parte dos inquiridos deixou a indicação de que tem um curso superior - 71,9 por cento dos inquiridos por e-mail e três (50 por cento) inquiridos na redação - e exerce uma profissão considerada de classe média. Apesar da lista de profissões ser variada⁹⁸, e nela estar saliente o número de professores - 14,1 por cento dos inquiridos por e-mail e um (16,7 por cento) inquirido na redação -, registaram-se, também, percentagens significativas ao nível de reformados - 15,6 por cento dos inquiridos por e-mail e três (50 por cento) inquiridos na redação -, pré-reformados - 4,7 por cento dos inquiridos por e-mail - e desempregados - 6,4 por cento dos inquiridos por e-mail.

Outra característica identificada é a de que estes leitores, na maioria “não assinante” do *Jornal do Fundão* - 68,8 por cento dos inquiridos por e-mail e quatro (66,7 por cento) inquiridos na redação -, admitem ler o *Jornal do Fundão* todas as semanas - 64,1 por cento dos inquiridos por e-mail e cinco (83,3 por cento) inquiridos na redação - por uma questão de “Interesse na Atualidade da Região” - 60,9 por cento dos inquiridos por e-mail e seis (100 por cento) inquiridos na redação - e que, por “Hábito e Tradição” - 68 por cento dos inquiridos por e-mail e três (50 por cento) inquiridos na redação -, o lêem através da versão impressa - 68,8 por cento dos inquiridos por e-mail e seis (100 por cento) inquiridos na redação.

Questões finais do inquérito por questionário, sobre jornais regionais contactados por estes leitores e o objetivo que os motiva a contactar o *Jornal do Fundão*, levaram a maioria dos inquiridos a responder que não contacta outros jornais regionais além deste - 67,2 por cento dos inquiridos por e-mail e seis (100 por cento) inquiridos na redação. E que quando contacta o *Jornal do Fundão* o faz sobretudo com o intuito de, no caso dos inquiridos por e-mail, entregar artigos de opinião (33,3 por cento) e notícias (31,1 por cento) e, no caso dos inquiridos no *Jornal do Fundão*, entregar cartas de leitor (33,3 por cento, a resposta de dois

⁹⁸ Ver da página 86 à 87.

inquiridos) e informar o Jornal de um acontecimento ou evento (33,3 por cento, a resposta de dois inquiridos).

Finalmente, grande parte dos leitores inquiridos por e-mail diz estabelecer contacto com o Jornal através de e-mail (89,1 por cento) por considerar que este é um meio “Fácil/Simples” de usar (36 por cento) e “Rápido” para a entrega da informação (27,9 por cento), ao passo que a totalidade das pessoas inquiridas na redação do Jornal, seis, dizem ser habitual deslocarem-se ao Jornal, três delas por uma questão de “Contacto [mais] direto e pessoal” com os membros da redação.

Genericamente são leitores satisfeitos com *Jornal do Fundão*. Em primeiro lugar porque maioritariamente - 44,4 por cento dos inquiridos por e-mail e quatro, 66,7 por cento, dos inquiridos na redação - referem que o seu pedido foi “Sempre” aceite e publicado pelo e no *Jornal do Fundão*. Em segundo lugar porque, na maioria, consideram que o Jornal exerce um “Excelente” - 29,7 por cento dos inquiridos por e-mail, bem como 66,7 por cento dos inquiridos no *Jornal do Fundão* (quatro) - e “Bom” - 26,6 por cento dos inquiridos por e-mail - atendimento e feedback perante os seus casos de entrega de “Conteúdos”.

CONCLUSÃO

Cabe à imprensa regional colocar na agenda os temas que para uma comunidade são relevantes, de interesse. Genericamente e, em primeiro lugar, deve informar sobre aquilo que a rodeia, isto é, realidades próximas do lugar de implantação, em segundo lugar, sobre acontecimentos do país e, em terceiro, do mundo. Assuntos nacionais e internacionais adquirem importância, sobretudo se os factos forem interpretados à luz das vivências locais.

Bastante associada ao conceito de proximidade - *local, social, temporal e psico-afetiva* -, a imprensa regional, e ao mesmo tempo local e comunitária, desempenha um conjunto de funções significativas no seio de uma comunidade, constituída por cidadãos da “terra” ou de localidades de uma região, incluindo emigrantes. É um tipo de imprensa que, além de outras características, tem a capacidade de “manter e promover uma saudável vida democrática”, de permitir “a troca de ideias”, favorecer o “debate” e procurar “fazer com que os seus leitores se interessem pelo ambiente que os rodeia, por forma a levá-los a assumir uma atitude participante do ponto de vista social” (Camponez, 2002, p.121-122).

Este comportamento adotado por cidadãos caracteristicamente interessados e mais ativos (que espetadores consumidores) pode, entre outras formas, refletir-se no ambiente regional, em particular no âmbito da imprensa regional, como se verificou no *Jornal do Fundão* para onde escrevem textos com assuntos do seu interesse (cartas de leitor, mas também géneros jornalísticos, alguns identificados como notícias, breve, crónicas, textos de opinião, entrevista, por se assemelharem em termos de características), enviam informações que servem, muitas vezes, de ponto de partida para uma investigação jornalística, sugerem temas de trabalho e, ainda, fazem pedidos de esclarecimento, referentes a textos entregues, mas não publicados, e relacionados com falhas de informação nas edições do Jornal. No fundo, um conjunto de material designado, nesta investigação, de “Conteúdos gerados por Leitores”, entregues através de diferentes meios, com o intuito de publicação.

De um modo geral, este cidadão, que alguns autores chamam “cidadão jornalista”, é um indivíduo sem formação na área de jornalismo, mas que possui uma grande vontade de participar na esfera social, colaborando, por vezes, com determinado jornal através da entrega de conteúdos informativos. Estes, geralmente observados no lugar certo à hora certa e com meios adequados (telemóvel com câmara fotográfica, por exemplo), expressam ou descrevem com maior liberdade (deontológica, editorial, económica, política, etc.) novas perspetivas e informação que, de outra forma, não teria visibilidade na esfera pública. Outros autores preferem a designação de “cidadão-fonte” ou testemunha dos acontecimentos, pois “ele [o cidadão] contribui para a reportagem, ele não é repórter (...)” (Flores citado por Madureira, 2010, p. 88).

Uma outra visão entende que o fenómeno é parte da prática do jornalismo cívico, típica de um jornal que se diz de carácter regional. Este subtipo de jornalismo diferencia-se

daquele “feito pelo povo para o povo” por precisamente ser produzido e trabalhado por jornalistas profissionais, no entanto impulsionado pelas preferências temáticas dos cidadãos que participam (no caso deste estudo, voluntariamente e sem incentivo dos *media*) no processo de agendamento, propondo ou sugerindo temas “cívicos” ou de interesse no seio de uma comunidade e que o Jornal, de acordo com critérios de noticiabilidade, pode ou não decidir publicar.

O estudo sobre o *Jornal do Fundão* permitiu constatar que os cidadãos ou leitores produziram, no prazo de dois meses (desde a última semana de Novembro de 2011, a partir de dia 22, até Janeiro de 2012, dia 31), 160 tipos de “Conteúdos” que enviaram para o Jornal por correio eletrónico, 148; entregaram pessoalmente, 11; e transmitiram telefonicamente, um. E que o Jornal optou por publicar, nas edições de Dezembro, Janeiro e Fevereiro, 69 “Conteúdos gerados por Leitores”, 62 dos entregues por e-mail e sete dos entregues na redação, o que equivale a uma percentagem de 43 por cento, portanto menos de metade da totalidade dos “Conteúdos”.

A investigação, desenvolvida no âmbito de um estágio no *Jornal do Fundão*, permitiu chegar a outras conclusões que ajudaram a confirmar, ou não, as hipóteses orientadoras de trabalho, formuladas com o objetivo de responder à questão: sabendo-se que o *Jornal do Fundão* recebe semanalmente algum “Conteúdo gerado por Leitores”, através de diferentes meios, e que a sua publicação depende de um processo de seleção, que temas recebe o *Jornal do Fundão*, quais opta por publicar e que destaque decide dar-lhes nas edições?

Após a recolha de dados, quantificados em grelhas de análise, constatou-se que, do total de 160 “Conteúdos gerados por Leitores”, 148 foram entregues ao Jornal por correio eletrónico. Este dado, juntamente com as respostas conseguidas através das perguntas 11 e 11.1⁹⁹ do questionário por inquérito, confirmou uma das hipóteses colocadas: “H1: Com as potencialidades associadas à Internet os leitores preferem contactar o *Jornal do Fundão* através de e-mail/correio eletrónico”.

Outra hipótese se verificou, esta relacionada com a temática e interesse informativo dos “Conteúdos” que os leitores enviaram para o *Jornal do Fundão*. De um modo geral, o grupo de leitores que o contactou entregou para publicação sobretudo assuntos ou temas de cariz cultural e, em segundo lugar, social. Relativamente ao interesse informativo, constatou-se que a maior parte dos “Conteúdos gerados por Leitores” é de interesse “Semi-Publico-Privado”, isto é, um tipo de “Conteúdo” que não se caracteriza por ser totalmente de interesse privado ou totalmente de interesse público, mas de carácter privado com repercussão pública. Em conjunto, estes dados revelam que a quase totalidade da hipótese “H2: Interessados na atualidade do país, os leitores que contactam o *Jornal do Fundão*

⁹⁹ “11-Habitualmente como é que contacta o *Jornal do Fundão*?” e “11.1-Por que motivo contacta, contactou, o *Jornal do Fundão* através do meio indicado?” (Ver da página 98 à 100).

entregam sobretudo conteúdos de interesse público e com temáticas como a política, economia e sociedade” não se confirma. Ao contrário do que esta afirma, os leitores entregam principalmente “Conteúdos” de interesse “Semi-Público-Privado”, temas sobre “Sociedade”, mas mais ainda de “Cultura”.

Em redor do assunto “destaque” do que foi publicado nas edições do Jornal concluiu-se que apenas um texto, sob a forma de reportagem e escrito por um elemento da redação (estagiária), ganhou destaque na primeira página do Jornal. Destaque ao nível de localização (Canto Superior Direito) e título. E que a maior parte dos textos, ou temas selecionados para publicação, foi publicada na secção “Regional” e “Cartas”, em páginas “Ímpar”, sobretudo na zona inferior, e em menos de um quarto ou num quarto de página do Jornal. Verificou-se, ainda, que os textos publicados se referiam, maioritariamente, a acontecimentos ou situações que decorreram na Covilhã e no Fundão e, em terceiro lugar, retratavam Portugal. E que “proximidade” foi também o critério de noticiabilidade mais identificado nesses textos. Dados que reunidos permitiram confirmar a terceira e última hipótese de trabalho (H3). A de que “O *Jornal do Fundão* publica os temas dos leitores sobretudo relacionados com acontecimentos que ocorrem na zona de influência do Jornal (valor de proximidade), optando, ainda, por não lhes dar destaque significativo, na primeira página e interior do Jornal”.

Para finalizar importa referir que o grupo de leitores que contactou, ou contacta, o *Jornal do Fundão* para entregar algum tipo de “Conteúdos” se caracteriza, resumidamente e com base no inquérito por questionário, por ser constituído maioritariamente por pessoas do sexo masculino, por pessoas com idades compreendidas entre os 30 e os 39, os 60 e os 69 anos e a residir no distrito de Castelo Branco. Na lista de profissões exercidas pelos leitores encontra-se um número significativo de professores e outras profissões consideradas de classe média, mas menos apontadas. Por outro lado, consta na lista um número também significativo de reformados, pré-reformados e desempregados. Trata-se de um grupo de pessoas, na maioria, “não assinante” do *Jornal do Fundão*, mas que admite lê-lo “todas as semanas” através da “versão impressa” por uma questão de “hábito ou tradição”, e que o contacta sobretudo por meio do correio eletrónico. A respeito do contacto estabelecido com o *Jornal do Fundão*, apraz dizer que a generalidade dos leitores (que contactou por e-mail, telefone ou se deslocou à redação) elegeram a Segunda e a Terça-Feira para o contactar. O fenómeno estará relacionado com o facto do fecho do Jornal ser à Terça-Feira e a realização da Feira semanal e abertura do Mercado Tradicional no Fundão ser à Segunda-Feira.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Amaral, V. (2006). *Temas e fontes na imprensa regional da cidade da Guarda*. Tese de Mestrado em Ciências da Comunicação, Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho. Consultado em 12 de Maio de 2012, em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/6923/3/Tese.pdf>.

Brambilla, A.M. (2005). Jornalismo open source em busca da credibilidade. XXVIII Congresso Brasileiro Interdisciplinar de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro. Consultado em 15 de Maio de 2012, em http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/Ana_4.pdf.

Branco, A.M (s/d). A ética e a informação: o jornalista como profissional e o jornalista como pessoa. Consultado em 16 de Maio de 2012, em <http://www.ipv.pt/forumedia/6/9.pdf>.

Bowman, S. e Willis, C. (2003), *Nosotros, el médio - Cómo las audiências están modelando el futuro de la noticia y la información*. Consultado em 31 de Maio de 2012, em <http://www.hypergene.net/wemedia/espanol.php>.

Camponez, C. (2002). *Jornalismo de proximidade*. 1º Edição. Coimbra: Minerva.

Corrêa, E.S. e Madureira, F. (2010). Jornalista cidadão ou fonte de informação: estudo exploratório do papel do público no jornalismo participativo dos grandes portais brasileiro”. *Estudos em Comunicação* nº 7 - vol. 1, p. 157-184. Covilhã: Universidade da Beira Interior. Consultado em 16 de Maio de 2012, em <http://www.ec.ubi.pt/ec/07/pdf/correa-jornalista.pdf>.

Correia, J.C. (1998b). A região e o espaço público: um contributo crítico. *Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação*. Consultado em 17 de Maio de 2012, em http://www.bocc.ubi.pt/pag/jcorreia_espaco.pdf

Correia, J.C. (1998c). *Jornalismo e espaço público*. Covilhã: Universidade da Beira Interior.

Correia, J.C. (1998a). Jornalismo Regional e Cidadania. *Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação*. Consultado em 30 de Abril de 2012, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-jornalismo-regional.pdf>.

Correia, J.C. (s/d). Novos jornalismo e deliberação democrática: desenvolvimentos recentes. 6º Congresso SOPCOM, p. 5111-5126. Lisboa: Universidade Lusófona. Consultado em 30 de Maio de 2012, em http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/sopcom_iberico/sopcom_iberico09/paper/viewFile/424/422.

Correia, J.C. (2011). *O Admirável Mundo das Notícias: Teorias e Métodos*. Covilhã: Universidade da Beira Interior, Livros Labcom.

Dijk, V. (1990). *La noticia como discurso: Comprensión, estructura y producción de la información*. 1º Edição. Barcelona, Buenos Aires: Paidós Comunicación.

Diniz, J.P. (2008). O lugar do comunitário no jornalismo regional. *Publicações Científicas*. Consultado em 10 de Maio de 2012, em <http://ufrb.edu.br/publica/index.php/component/mtree/O-lugar-do-comunit%C3%A1rio-no-jornalismo-regional/details>.

Dornelles, B. (2008). Características do jornalismo impresso local e suas interfaces com jornais comunitários. *ALCEU*, vol. 8, n.16, p.159-173. Consultado em 17 de Maio de 2012, em http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/alceu_n16_Dornelles.pdf.

Dourado, M. (s/d). O jornalismo cidadão na internet. Consultado em 16 de Maio de 2012, em <http://www.fag.edu.br/adverbio/artigos/artigo09%20-%20adv06.pdf>.

Fernandes, M. (s/d). A força da notícia local: a proximidade como critério de noticiabilidade. Consultado em 17 de Maio de 2012, em http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/4/40/GT1-16_A_forca_da_noticia_local-Mario.pdf.

Ferreira, G. B. (2011). Jornalismo público e deliberação: funções e limites do jornalismo nas democracias contemporâneas. *Estudos em Comunicação*, n.9, p.61-79. Covilhã: Universidade da Beira Interior, Labcom. Consultado em 7 de Maio de 2012, em <http://www.ec.ubi.pt/ec/09/pdf/EC09-2011Mai-04.pdf>.

Ferreira, P. (2005). O lugar da imprensa local e regional nas políticas da comunicação. *Livro de Actas do 4º SOPCOM*, p.849-860. Consultado em 28 de Abril de 2012, em <http://www.recensio.ubi.pt/modelos/documentos/documento.php3?coddoc=2365>.

Fidalgo, A. (2009). *Especificidade epistemológica do jornalismo: desfazendo uma ilusão do jornalismo cidadão*. Consultado em 31 de Maio de 2012, em http://www.labcom.ubi.pt/publicacoes/201104301414-antonio_fidalgo_especificidade_epistemologica_jornalismo.pdf (Publicado originalmente em Cardoso G., Cádima, F. R., & Cardoso, L.L. (Org.) (2009). *Media, Redes e Comunicação*, Lisboa: Obercom, pp.219-230).

Fontcuberta, M. (1993). *La noticia: Pistas para permitir el mundo*. 1º Edição. Barcelona, Buenos Aires. México: Paidós Papeles de Comunicación.

Foschini, A.C. e Taddei, R. (2006). *Jornalismo Cidadão: Você faz a notícia*. Consultado em 15 de Maio de 2012, em http://www.anacarmen.com/download/conquiste-a-rede/Conquiste_a_Rede_Jornalismo_Cidadao.pdf.

Gradim, A. (2000). *Manual de jornalismo*. Covilhã: Universidade da Beira Interior.

Habermas, J. (1984). *Mudança Estrutural da Esfera Pública*. Rio de Janeiro: Edições Tempo Brasileiro.

Izquierdo, L. (2010). *Manual de periodismo local*. Madrid: Editorial Fragua.

Levinson, P. (1998). *A arma suave: história natural e futuro da revolução da informação*. 2ª Edição. Lisboa: Editorial Bizâncio.

Madureira, F.B. (2010). *Cidadão-fonte ou cidadão-repórter? O engajamento do público no jornalismo colaborativo dos grandes portais brasileiros*. Tese de Doutorado, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo. Consultado em 16 de Maio de 2012, em <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-08112010-115607/pt-br.php>.

Marques, C. (2008). *O cidadão jornalista: realidade ou ficção?*. Covilhã: Universidade da Beira Interior, BOCC. Consultado em 14 de Maio de 2012, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/marques-cheila-cidadao-jornalista-realidade-ou-ficcao.pdf>.

Mesquita, M. (s/d). As tendências comunitaristas no Jornalismo Cívico. In N. Traquina & M. Mesquita (Orgs.). *Jornalismo Cívico*. Lisboa: Livros Horizonte.

Moretzsohn, S. (2006). O mito libertário do “jornalismo cidadão”. *Comunicação e Sociedade - Jornalismo e Internet*, vol. 9-10, p. 63-81. Consultado em 1 de Junho de 2012, em <http://www.ichca.ufal.br/laboratorio/novasmidias/textos/mitolibertario.pdf>.

Peruzzo, C. (2003). Mídia local, uma mídia de proximidade. *Comunicação: Veredas. Revista do programa de Pós Graduação em Comunicação*, n.2, p. 65-89.

Ramos, R. (2006). Jornalismo cidadão: antecâmara do futuro?. Consultado em 16 de Maio de 2012, em <http://images.raquelalexandraramos.multiply.multiplycontent.com/attachment/0/SnRpbQoKCE0AABudxH81/Jornalismo%20Cidad%C3%A3o.pdf?key=raquelalexandraramos:journal:2&nmid=271823985>.

Ribeiro, J.C. (2005). *Jornalismo regional e construção da cidadania: o caso da Folha da Região de Araçatuba*. Covilhã: Universidade da Beira Interior, BOCC. Consultado em 29 de Abril de 2012, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/ribeiro-juliana-jornalismo-regional-construcao-cidadania.pdf>.

Rodrigues, C. (2008). Novas fronteiras do jornalismo: comunicação individual na era global. *Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação*. Consultado em 9 de Maio de 2012, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/catarina-rodriques-novas-fronteiras-do-jornalismo.pdf>.

Rosen, J. (1993). Para além da Objetividade. In N. Traquina & M. Mesquita (Orgs.). *Jornalismo Cívico*. Lisboa: Livros Horizonte.

Rosen, J. (1994). Tornar a vida pública mais pública: sobre a responsabilidade política dos intelectuais dos media. In N. Traquina & M. Mesquita (Orgs.). *Jornalismo Cívico*. Lisboa: Livros Horizonte.

Santos, S. (2007). *Temas, problemas e estratégias de informação local*. Lisboa: Livros Horizonte.

Silva, M.T. (2007). *A voz dos leitores na imprensa: um estudo de caso sobre as “Cartas ao Director” no jornal Público*. Lisboa: Livros Horizonte.

Sousa, J.P. (2002). *Comunicação regional e local na europa ocidental: situação geral e os casos português e galego*. Covilhã: Universidade da Beira Interior, BOCC. Consultado em 12 de Maio de 2012, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-george-pedro-comunicacao-regional-na-europa-ocidental.pdf>.

Sousa, J.P. (2001). *Elementos de jornalismo impresso*. Covilhã: Universidade da Beira Interior, BOCC. Consultado em 22 de Março de 2012, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-george-pedro-elementos-de-jornalismo-impresso.pdf>.

Thompson, J.B. (1999). *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. 2ª Edição. Petrópolis: Editora Vozes.

Vicente, P. (s/d). Jornalismo público 2.0: o fim dos tempos ou a reivindicação do jornalismo? Tecnologias móveis e uma perspetiva histórica sobre as narrativas do “jornalismo dos cidadãos”. Consultado em 17 de Maio de 2012, em http://unl-pt.academia.edu/PauloNunoVicente/Papers/368402/Jornalismo_Publico_2.0_O_fim_dos_tempos_ou_a_reinvencao_do_Jornalismo_Tecnologias_moveis_e_uma_perspectiva_historica_sobre_as_narrativas_do_jornalismo_dos_cidadaos_.

Watine, T. (2003). Les cahiers du journalisme: le modèle du «Journalism Public». *Hermés*, n.35, p.231-239. Consultado em 10 de Junho de 2012, em http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/9339/HERMES_2003_35_231.pdf;jsessionid=7B30C0E5FE75DC5F256D0DEEBE04805A?sequence=1.

Wolf, M. (1985). *Teorias da comunicação*. Lisboa: Editorial Presença. Consultado em 7 de Maio de 2012, em <http://pt.scribd.com/doc/6883835/TEORIAS-DA-COMUNICACAO#download>.

Estatuto da Imprensa Regional. 1988. Lisboa. Consultado em 28 de Abril de 2012, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/estado-portugues-estatuto-imprensa-regional.pdf>.

Estatuto do Jornalista Português. 1999. Lisboa. Consultado em 27 de Maio de 2012, em <http://www.ccpj.pt/legisdata/LgLei1de99de13deJaneiro.htm>.

Definição de cidadão no Dicionário da Língua Portuguesa da Porto Editora. Consultado em 27 de Maio de 2012, em <http://www.infopedia.pt/lingua-portuguesa/cidad%C3%A3o>.

<http://jornalonline.net/historia-jornal-no-mundo>. Consultado em 13 de Outubro de 201

ANEXOS

1-Análise quantitativa dos Resultados: E-Mail/Correio Eletrónico

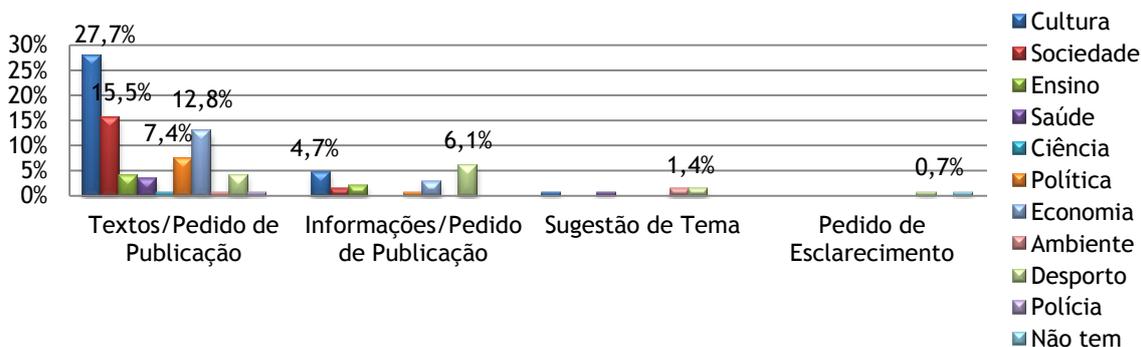
Anexos Ponto 1.A - Receção da Informação:

Anexo 1 Ponto 1.A:

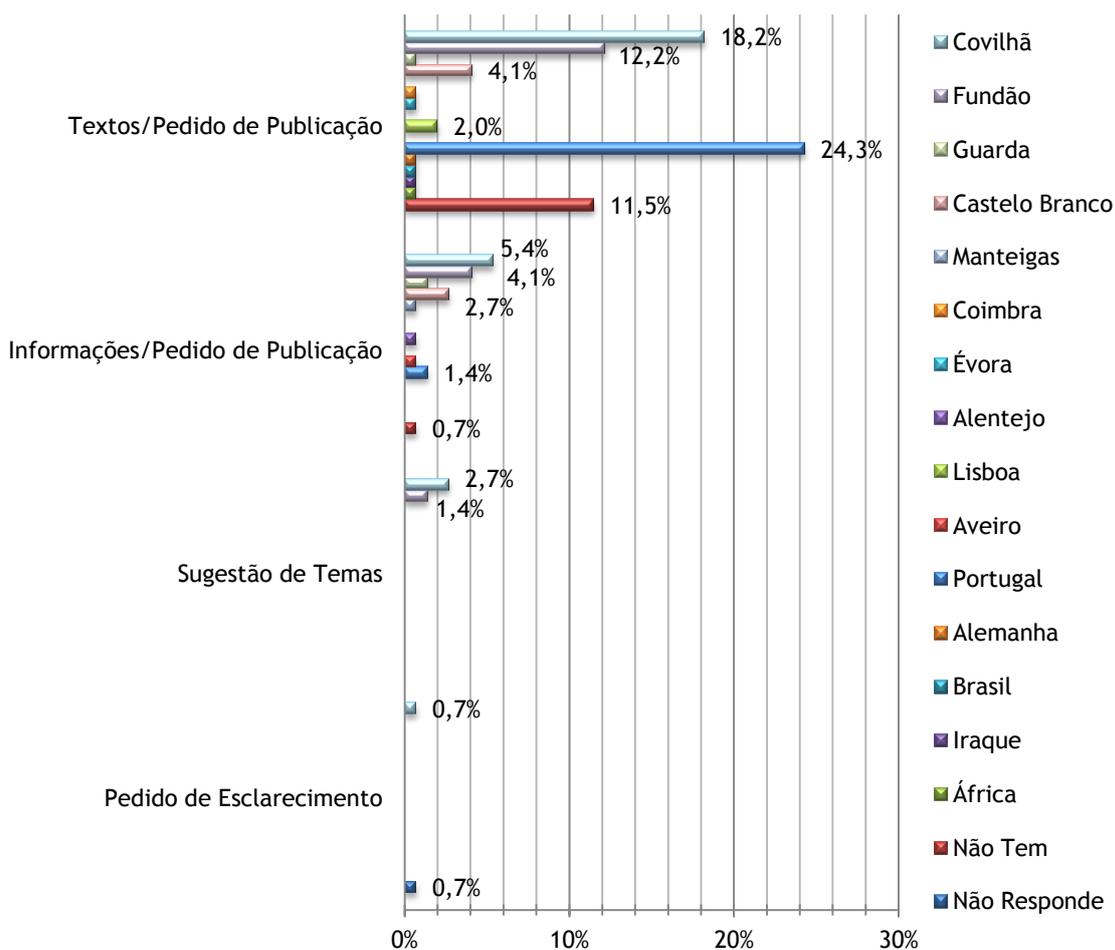
Temática	Subtemática	Nº	%
Cultura	Pintura	1	0,7
	Teatro	2	1,4
	Música	5	3,4
	Religião	4	2,7
	História	5	3,4
	Livros	5	3,4
	Atividades Educativas (Escolas, Jardins de Infância)	1	0,7
	Evento Tradicional	2	1,4
	Época Festiva	13	8,8
	Instituições	1	0,7
	Arquitetura	5	3,4
	Automobilismo	1	0,7
	Personalidades	3	2,0
	Acordo Ortográfico	1	0,7
	Sociedade	Desigualdade Social Portuguesa	1
Alteração Hábitos da Sociedade		3	2,0
Família		2	1,4
Televisão Digital Terrestre		1	0,7
Telecomunicações		1	0,7
Estradas (Multas)		1	0,7
Arquitetura		2	1,4
Instituições		2	1,4
Época Festiva		2	1,4
Guerra/Paz		2	1,4
Valores Morais/Sociais		1	0,7
Idosos		1	0,7
Psicologia		2	1,4
Solidariedade		3	2,0
Animais		1	0,7
Ensino	Tese de Doutoramento	1	0,7
	Atividades Educativas (Escolas, Jardins de Infância)	6	4,1
	Comportamento de Alunos na Escola	2	1,4

Saúde	Dia Mundial da Doença	1	0,7	
	Instituições	2	1,4	
	Livros	1	0,7	
	Médicos (portugueses)	1	0,7	
	Diabetes (portugueses)	1	0,7	
Ciência	Asteroide	1	0,7	
Política	Governo Português Atual	6	4,1	
	Personalidades	4	2,7	
	Instituições	2	1,4	
Economia	Economia (crise) Portuguesa Atual	7	4,7	
	Emigração Portuguesa	2	1,4	
	Instituições	3	2,0	
	Estradas (Portagens)	2	1,4	
	Sectores Industriais Alemães	1	0,7	
	Automobilismo	1	0,7	
	Arquitetura/Construção	1	0,7	
	Preço de Combustíveis Fósseis	1	0,7	
	Reforma Administrativa das Freguesias	1	0,7	
	Restauração	2	1,4	
	Encerramento de Empresas	1	0,7	
	Personalidades	1	0,7	
	Ambiente	Reciclagem	1	0,7
		Limpeza de Ruas	2	1,4
Desporto	Futebol	5	3,4	
	Atletismo	9	6,1	
	Ténis	1	0,7	
	Artes Marciais Koreanas	1	0,7	
	Karting	1	0,7	
	Personalidades	1	0,7	
Polícia	Justiça/Tribunal	1	0,7	
Sem Subtemática	Sem Subtemática	1	0,7	
Total		148	100,0	

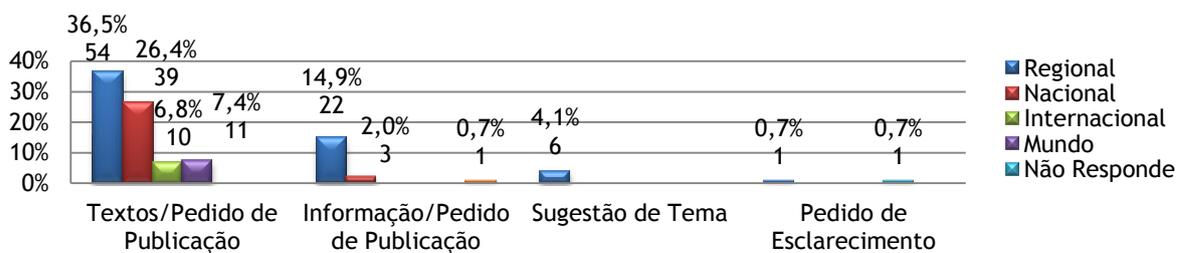
Anexo 2 Ponto 1.A: Temática dos “Conteúdos gerados por Leitores”



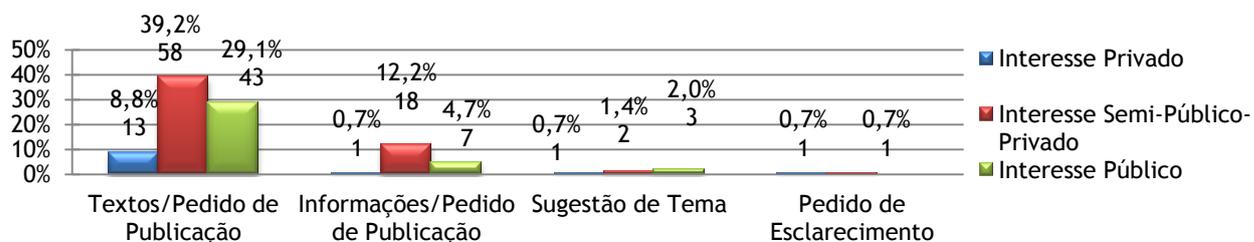
Anexo 3 Ponto 1.A: Espaço Geográfico dos “Conteúdos gerados por Leitores”:



Anexo 4 Ponto 1.A: Contexto do Espaço Geográfico dos “Conteúdos gerados por Leitores”



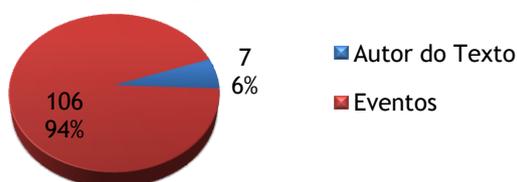
Anexo 5 Ponto 1.A: Interesse Informativo dos “Conteúdos gerados por Leitores”



Anexo 6 Ponto 1.A: Imagens Entregues por E-mail:

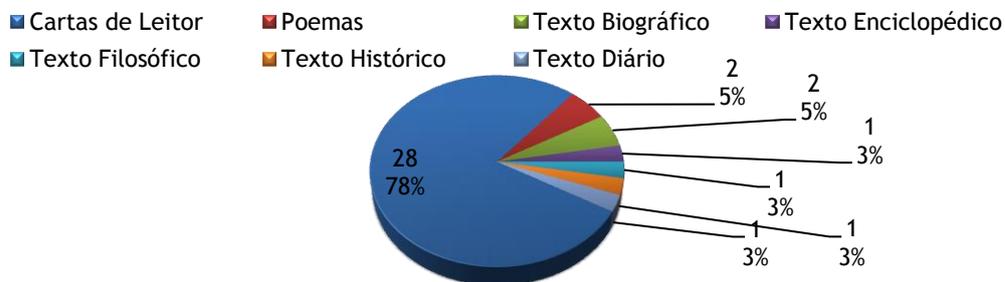
"Conteúdos gerados por Leitores"			Com Imagem	Nº Fotos	Nº Desenho/ Ilustração	Total Imagens	Sem Imagem
Textos/Pedido de Publicação	Géneros	Notícia	24	66	0	88	11
		%	16,2				7,4
		Breve	0	0	0		1
		%	0,0				0,7
		Texto de Opinião	6	5	1		17
		%	4,1				11,5
		Crónica	4	6	0		14
		%	2,7				9,5
		Entrevista	0	0	0		1
		%	0,0				0,7
		Carta de Leitor	6	8	2		30
%	4,1			20,3			
Informações/Pedido de Publicação			6	9	0	9	20
			%	4,1			13,5
Sugestão de Temas			2	18	0	18	4
			%	1,4			2,7
Pedido de Esclarecimento			1	1	0	1	1
			%	0,7			0,7
Total			49		116	116	99
			%	33,1			66,9

Dois Tipos de Fotografia



Anexo 7 Ponto 1.A:

Carta de Leitor



Anexos Ponto 1.B - Publicação da Informação:

Anexo 1 Ponto 1.B:

	"Conteúdos gerados por Leitores"/Publicados								Total
	Textos/Publicados						Informações transformadas em Texto	Sugestão de Tema transformada em Texto	
	Notícia	Breve	T. Opinião	Crónica	Entrevista	C. Leitor			
Manter Género	26	0	2	2	1	17			48
%	41,9	0	3,2	3,2	1,6	27,4			77,4
Não Manter Género	0	1	0	0	0	1			2
%	0	1,6	0	0	0	1,6			3,2
Transformação em Género							10	2	12
%							16,1	3,2	19,4
Total	26	1	2	2	1	18	10	2	62
%	41,9	1,6	3,2	3,2	1,6	29	16,1	3,2	100

Anexo 2 Ponto 1.B:

		Alteração e Transformação em Género				Total	
		Notícia	Breve	Entrevista	Reportagem		
"Conteúdos gerados por Leitores"	Textos/Pedido de Publicação	Notícia	0	0	0	0	0
		%	0	0	0	0	0
		Breve	1	0	0	0	1
		%	7,1	0,0	0,0	0,0	7,1
		Texto de Opinião	0	0	0	0	0
		%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
		Crónica	0	0	0	0	0
		%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
		Entrevista	0	0	0	0	0
		%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Carta de Leitor	1	0	0	0	1	
	%	7,1	0,0	0,0	0,0	7,1	
		Informações/Pedido de Publicação	9	1	0	0	10
	%		64,3	7,1	0,0	0,0	71,4
	Sugestão de Tema	1	0	0	1	2	
%		7,1	0,0	0,0	7,1	14,3	
	Total	12	1	0	1	14	
%		85,7	7,1	0,0	7,1	100,0	

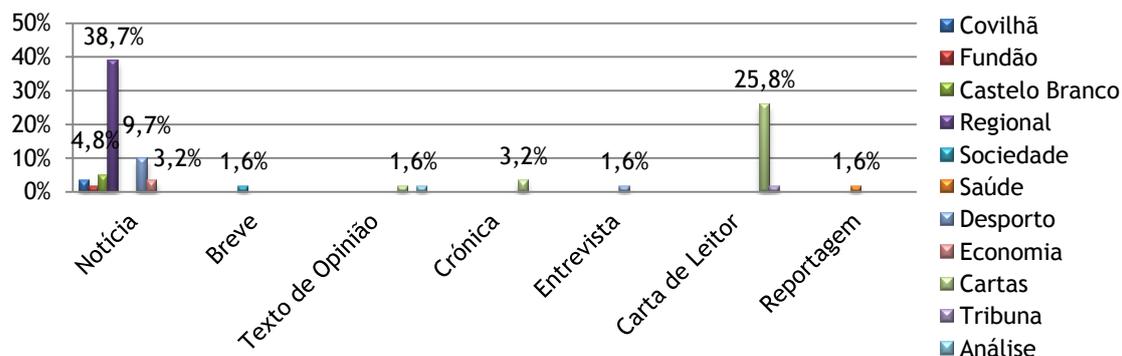
Anexo 3 Ponto 1.B: Destaque na Primeira Página:

Localização na 1ª Página	Textos Publicados							Total
	Notícia	Breve	Texto de Opinião	Crónica	Entrevista	Carta de Leitor	Reportagem	
Com Localização	0	0	0	0	0	0	1	1
%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,6	1,6
Sem Localização	38	1	2	2	1	17	0	61
%	61,3	1,6	3,2	3,2	1,6	27,4	0,0	98,4
Total	38	1	2	2	1	17	1	62
%	61,3	1,6	3,2	3,2	1,6	27,4	1,6	100,0

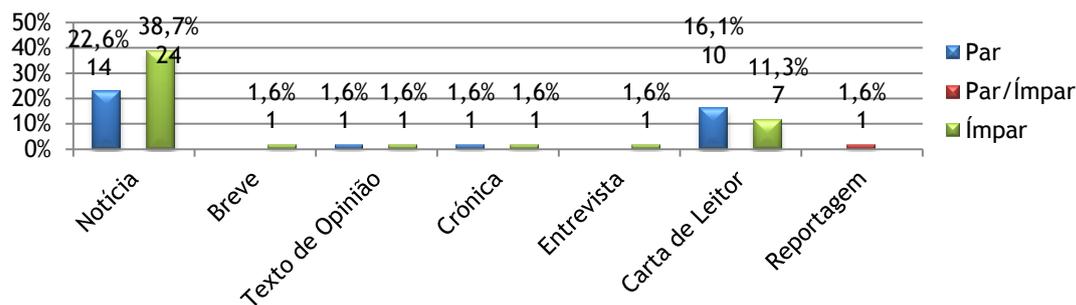
Título na 1ª Página	Textos Publicados							Total
	Notícia	Breve	Texto de Opinião	Crónica	Entrevista	Carta de Leitor	Reportagem	
Com Título	0	0	0	0	0	0	1	1
%	0	0	0	0	0	0	1,6	1,6
Sem Título	38	1	2	2	1	17	0	61
%	61,3	1,6	3,2	3,2	1,6	27,4	0	98,4
Total	38	1	2	2	1	17	1	62
%	61,3	1,6	3,2	3,2	1,6	27,4	1,6	100

Fotografia na 1ª Pág.	Textos Publicados							Total
	Notícia	Breve	Texto de Opinião	Crónica	Entrevista	Carta de Leitor	Reportagem	
Com Foto	0	0	0	0	0	0	0	0
%	0	0	0	0	0	0	0	0
Sem Foto	38	1	2	2	1	17	1	62
%	61,3	1,6	3,2	3,2	1,6	27,4	1,6	100
Total	38	1	2	2	1	17	1	62
%	61,3	1,6	3,2	3,2	1,6	27,4	1,6	100

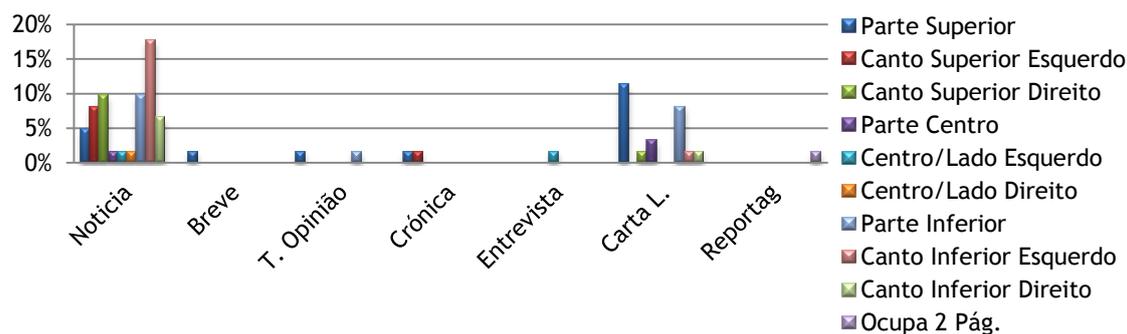
Anexo 4 Ponto 1.B: Secção de Publicação dos Textos



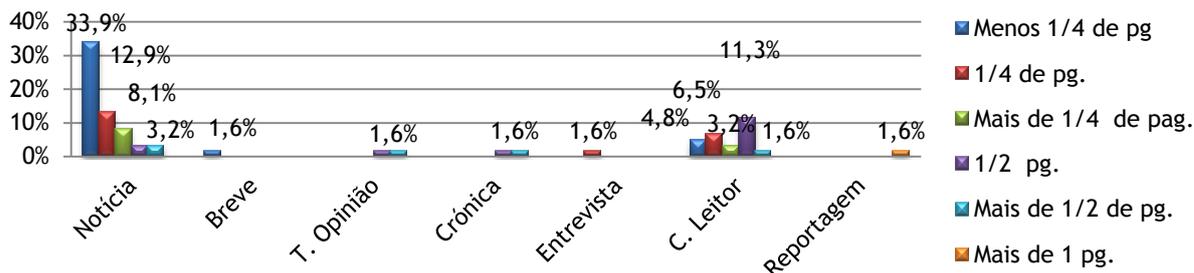
Anexo 5 Ponto 1.B: Página de Publicação



Anexo 6 Ponto 1.B: Localização dos Textos na Página de Publicação



Anexo 7 Ponto 1.B: Dimensão dos Textos na Página de Publicação

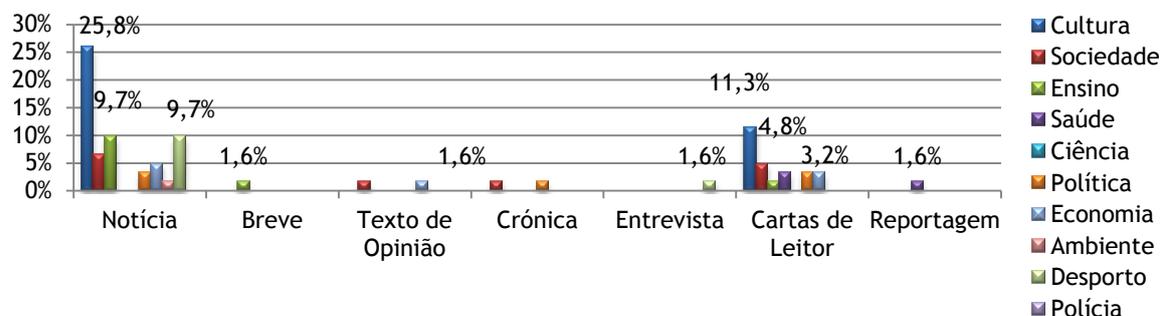


Anexo 8 Ponto 1.B:

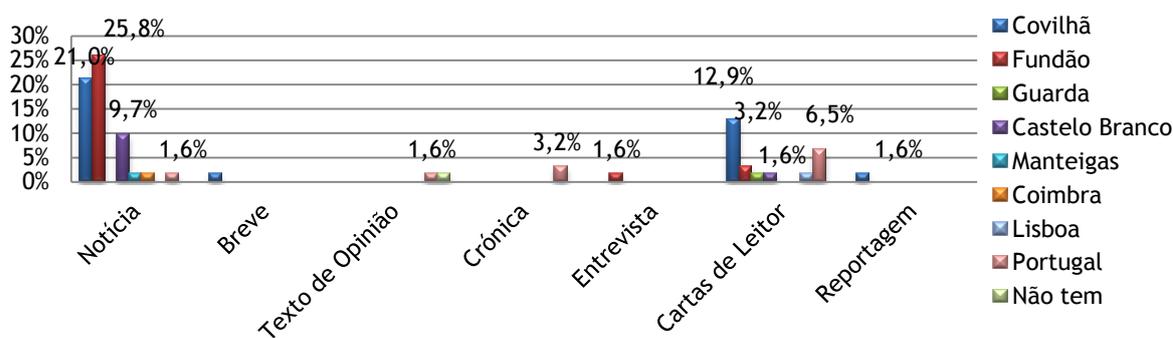
Temática	Subtemática dos Textos Publicados:	Nº	%
Cultura	Teatro	1	1,6
	Música	2	3,2
	Livros	3	4,8
	Atividades Educativas (Escolas, Jardins de Infância)	1	1,6
	Eventos Tradicionais	2	3,2
	Época Festiva	9	14,5
	Instituições	1	1,6
	Arquitetura	2	3,2
	Automobilismo	1	1,6
	Personalidades	1	1,6
Sociedade	Desigualdade Social Portuguesa	1	1,6
	Televisão Digital Terrestre	1	1,6
	Estradas	1	1,6
	Instituições	2	3,2
	Época Festiva	1	1,6
	Psicologia	1	1,6
	Solidariedade	2	3,2

Ensino	Tese de Doutoramento	1	1,6
	Atividades Educativas (Escolas, Jardins de Infância)	5	8,1
	Comportamento de Alunos na Escola	2	3,2
Saúde	Instituições	2	3,2
	Diabetes (Portugal)	1	1,6
Política	Governo Atual Português	1	1,6
	Personalidades	2	3,2
	Instituições	2	3,2
Economia	Emigração Portuguesa	1	1,6
	Instituições	1	1,6
	Estradas	1	1,6
	Automobilismo	1	1,6
	Restauração	2	3,2
Ambiente	Reciclagem	1	1,6
Desporto	Futebol	2	3,2
	Atletismo	4	6,5
	Karting	1	1,6
Total		62	100,0

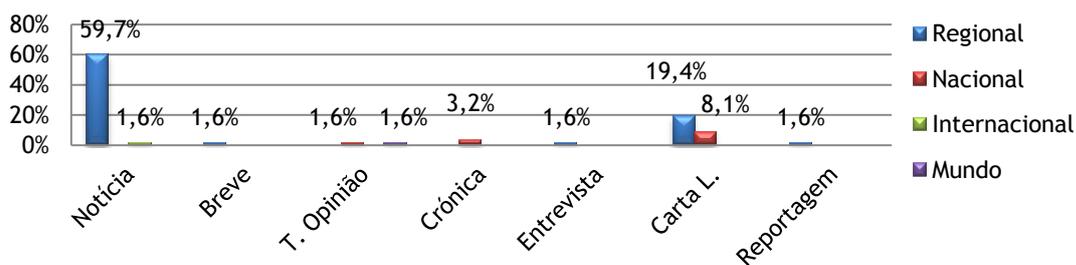
Anexo 9 Ponto 1.B: Temática dos Textos Publicados:



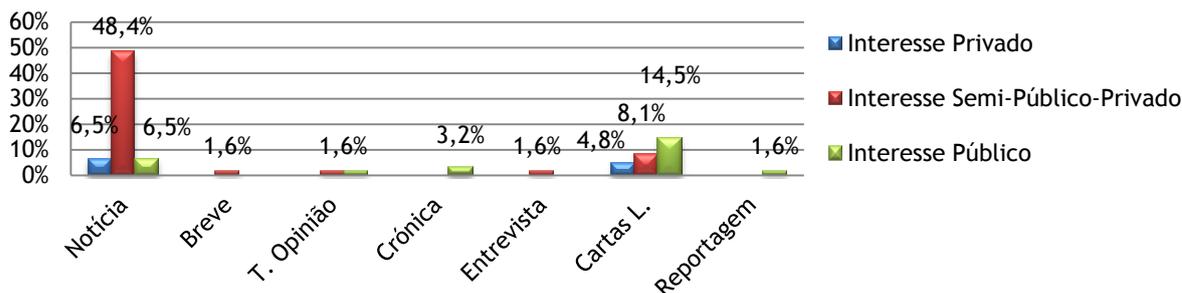
Anexo 10 Ponto 1.B: Espaço Geográfico dos Textos Publicados:



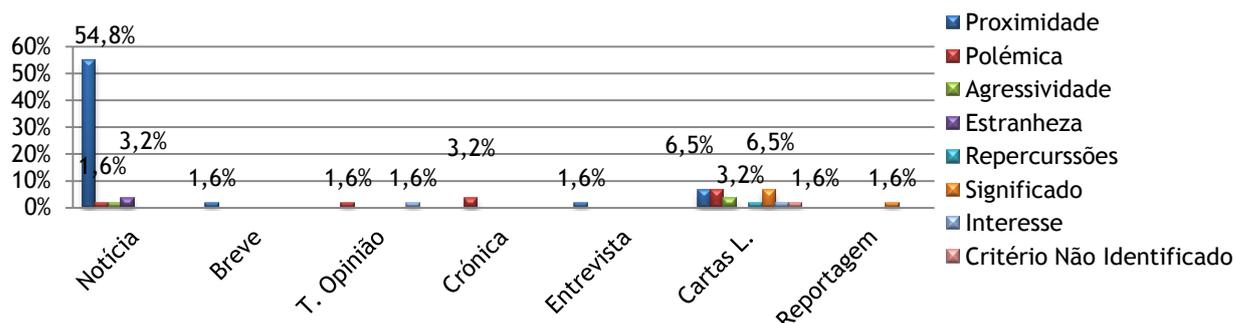
Anexo 11 Ponto 1.B: Contexto do Espaço Geográfico dos Textos Publicados:



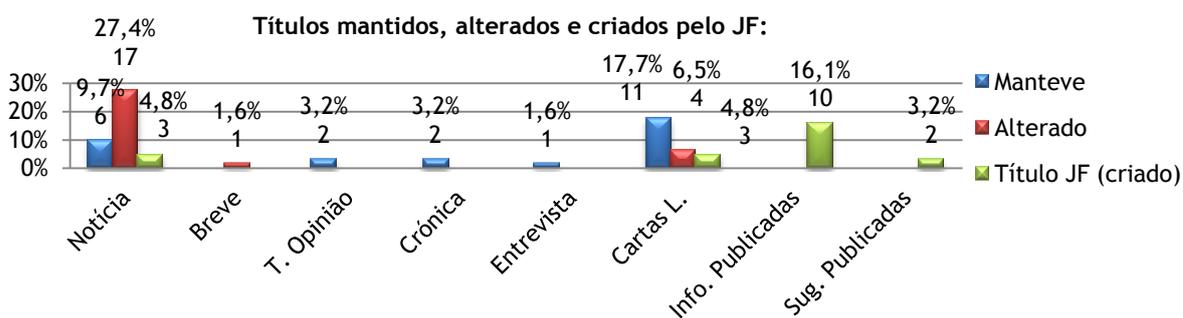
Anexo 12 Ponto 1.B: Interesse Informativo dos Textos Publicados:



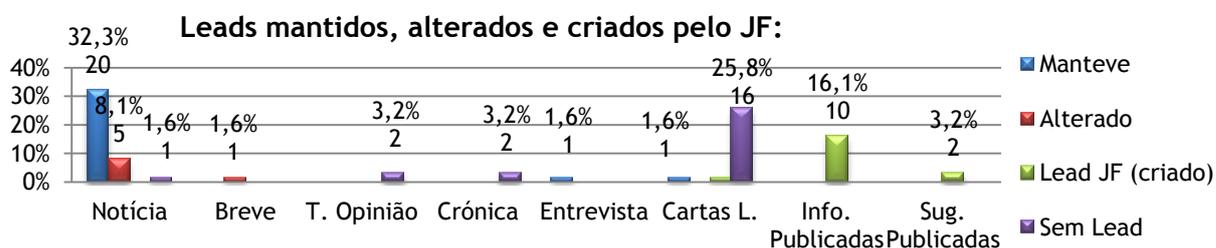
Anexo 13 Ponto 1.B: Critério de Noticiabilidade dos Textos Publicados:



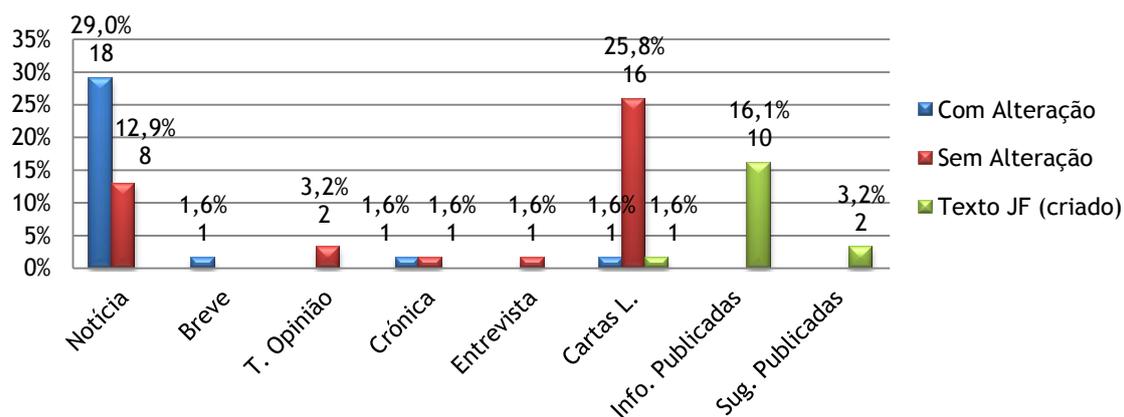
Anexo 14 Ponto 1.B: Título - Momento Posterior à Publicação:



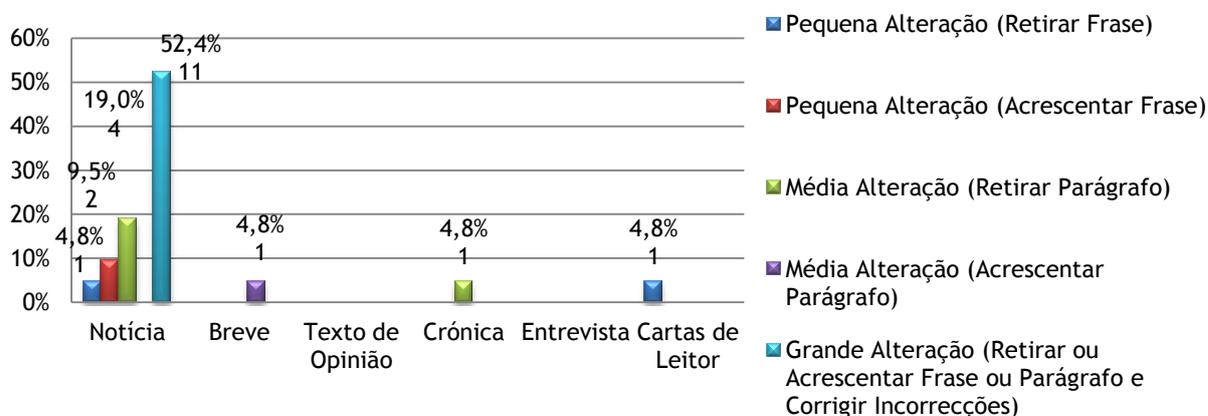
Anexo 15 Ponto 1.B: Lead - Momento Posterior à Publicação:



Anexo 16 Ponto 1.B: Alteração do Corpo dos Textos Publicados

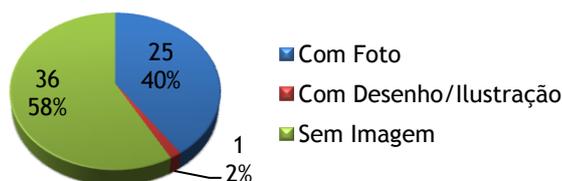


Anexo 17 Ponto 1.B: Tipo de Alteração do Corpo do Texto



Anexo 18 Ponto 1.B: Imagem - Momento Anterior à Publicação:

Imagens, Antes da Publicação:



Quantidade de Imagens enviadas por Correio Eletrónico:

	“Conteúdos gerados por Leitores”/Enviados								Total
	Textos/Pedido de Publicação						Infor- mações/ Pedido de Publica- ção	Sugestã o de Tema	
	Notícia	Breve	Texto de Opinião	Crónica	Entrevista	Cartas de Leitor			
Nº de Foto- grafias	1+3+1+3 +8+4+2+ 3+1+1+2 +1+5+1+ 1+4+1+4 =46	0	0	1	0	1+1=2	2+1+1=4	1	54
Nº de Textos	18	0	0	1	0	2	3	1	25
Nº de Dese- nhos /Ilus- tração	0	0	0	0	0	1	0	0	
Nº de Textos	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Nº de Textos Sem Ima- gem	8	1	2	1	1	15	7	1	36

Anexo 19 Ponto 1.B: Imagem - Momento Posterior à Publicação:

Imagens, Depois da Publicação:

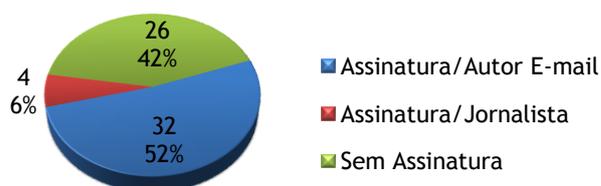


Quantidade de Imagens Publicadas:

	"Conteúdos gerados por Leitores"/Publicados								Total
	Textos Publicados						Infor- mações Publi- cadas	Suges- -tão Publi- cada	
	Notícia	Breve	Texto de Opinião	Cróni- ca	Entre- vista	Cartas de Leitor			
Foto enviada pelo autor	1+1+1+3 +1+1+1+ 1+1+1+1 =13	0	0	1	0	1+1=2	0	0	16
Nº de Textos	11			1		2			14
Desenho/ Ilustração enviada pelo autor	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Nº de Textos	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Foto JF	1+1+1+1 +1+1+1+ 1=8	1	1	0	1	1+1+1+ 1=4	1+1+1+1 +1=5	1	21
Nº de Textos	8	1	1	0	1	4	5	1	21
Desenho/Ilus- -tração JF	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Nº de Textos	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Nº de Textos Sem Imagem	7	0	1	0	0	12	5	1	26

Anexo 20 Ponto 1.B: Assinatura - Momento Posterior à Publicação:

Assinatura, Depois da Publicação:



2-Análise quantitativa dos Resultados: Deslocação Pessoal

Anexos Ponto 2.A - Receção da Informação:

Anexo 1 Ponto 2.A:

Temática	Subtemática	Nº	%
Cultura	Época Festiva	1	9,1
	Instituições	1	9,1
	Fotografia	1	9,1
Sociedade	Instituições	1	9,1
	Materialismo/Vida Humana	2	18,2
	Estradas	1	9,1
Ambiente	Limpeza de Ruas	2	18,2
Desporto	Exercício Físico ao Domicílio	1	9,1
	Hipismo	1	9,1
Total		11	100,0

Anexo 2 Ponto 2.A: Temática dos “Conteúdos gerados por Leitores”

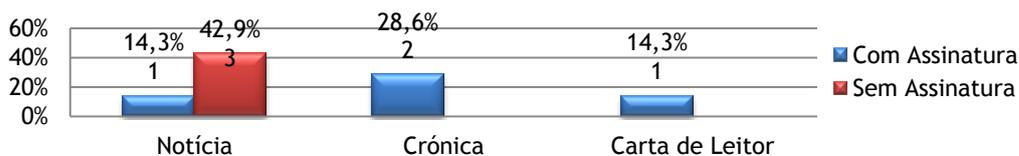


Anexo 3 Ponto 2.A: Imagens Entregues por Deslocação Pessoal:

“Conteúdos gerados por Leitores”			Com Imagem	Nº Fotos	Nº Desenho/Ilustração	Total Imagens	Sem Imagem
Textos/Pedido de Publicação	Géneros	Notícia	0	0	0	5	4
		%	0				36,4
		Crónica	2	2	0		0
		%	18,2				0,0
		Carta de Leitor	0	0	0		1
%	0,0			9,1			
Informação/Pedido de Publicação			0	0	0	0	1
%			0,0				9,1
Sugestão de Temas			1	3	0	0	2
%			9,1				18,2
Total			3	5		5	8
%			27,3				72,7

2 Fotografias do Autor do Texto; 1 Fotografias de quem Sugere Tema + 2 Fotografias sobre o Evento

Anexo 4 Ponto 2.A: Assinatura nos Textos



Anexo Ponto 2.B - Publicação da Informação:

Anexo 1 Ponto 2.B:

	"Conteúdos gerados por Leitores"/Publicados					Total
	Textos/Publicados			Informações transformadas em Texto	Sugestão de Tema transformada em Texto	
	Notícia	Crónica	Carta de Leitor			
Manter Género	2	2	1			5
%	28,6	28,6	14,3			71,4
Não Manter Género	0	0	0			0
%	0,0	0,0	0,0	0,0		
Transformação em Género				0	2	2
%				0,0	28,6	28,6
Total	2	2	1	0	2	7
%	28,6	28,6	14,3	0,0	28,6	100,0

Anexo 2 Ponto 2.B: Alteração e Transformação em Género:

			Alteração e Transformação em Género				Total
			Notícia	Breve	Entrevista	Reportagem	
"Conteúdos gerados por Leitores"	Textos/Pedido de Publicação	Notícia	0	0	0	0	0
		%	0	0	0	0	0
		Crónica	0	0	0	0	0
		%	0	0	0	0	0
		Carta de Leitor	0	0	0	0	0
	%	0	0	0	0	0	
	Informações/Pedido de Publicação		0	0	0	0	0
		%	0	0	0	0	0
		Sugestão de Tema	2	0	0	0	2
	%	100	0	0	0	100	
Total		2	0	0	0	2	
%		100	0	0	0	100	

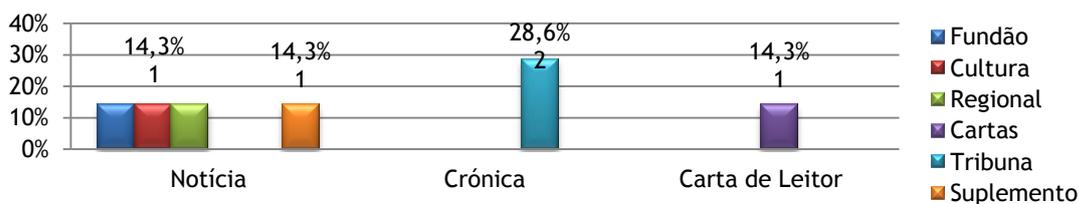
Anexo 3 Ponto 2.B: Destaque dos Textos Publicados (sete) na 1ª Página do Jornal

Localização na 1ª Página	Textos Publicados			Total
	Notícia	Crónica	Carta de Leitor	
Com Localização	0	0	0	0
%	0	0	0	0
Sem Localização	4	2	1	7
%	57,1	28,6	14,3	100,0
Total	4	2	1	7
%	57,1	28,6	14,3	100,0

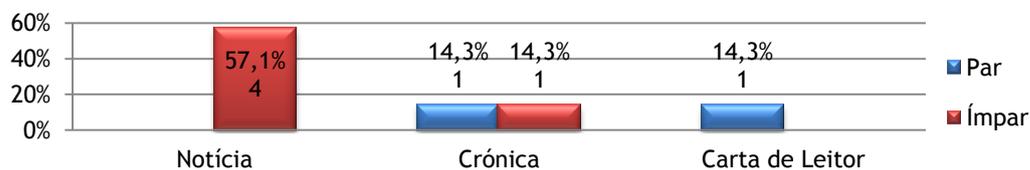
Título na 1ª Página	Textos Publicados			Total
	Notícia	Crónica	Carta de Leitor	
Com Título	0	0	0	0
%	0	0	0	0
Sem Título	4	2	1	7
%	57,1	28,6	14,3	100,0
Total	4	2	1	7
%	57,1	28,6	14,3	100,0

Fotografia na 1ª Pág.	Textos Publicados			Total
	Notícia	Crónica	Carta de Leitor	
Com Foto	0	0	0	0
%	0	0	0	0
Sem Foto	4	2	1	7
%	57,1	28,6	14,3	100,0
Total	4	2	1	7
%	57,1	28,6	14,3	100,0

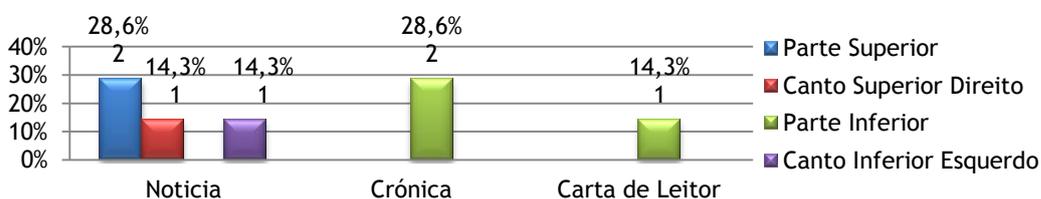
Anexo 4 Ponto 2.B: Secção de Publicação:



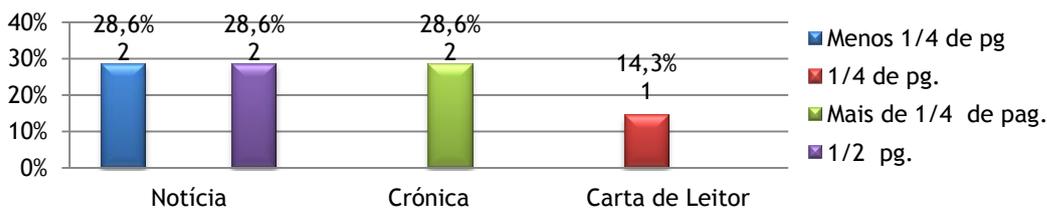
Anexo 5 Ponto 2.B: Página de Publicação:



Anexo 6 Ponto 2.B: Localização dos Textos na Página de Publicação:



Anexo 7 Ponto 2.B: Dimensão dos Textos na Página de Publicação:



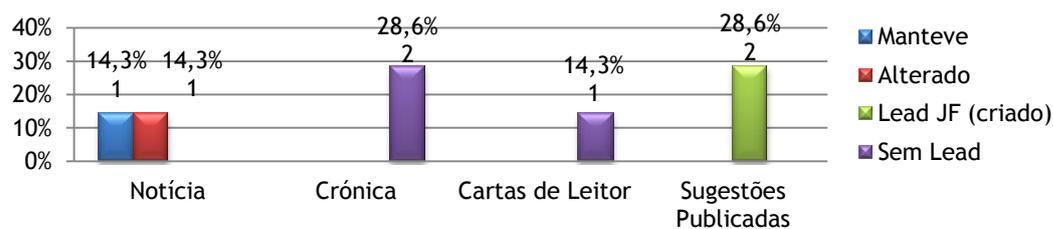
Anexo 8 Ponto 2.B: Título - Momento Posterior à Publicação:

Títulos mantidos, alterados e criados pelo JF:

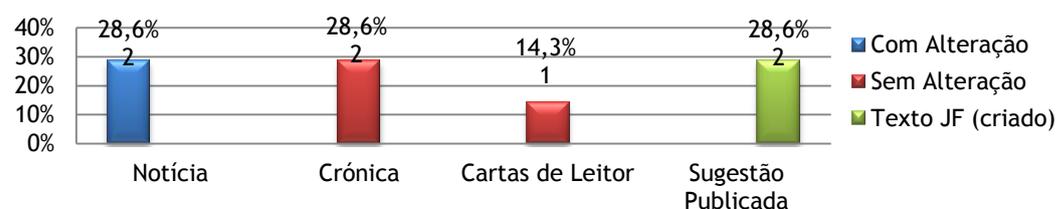


Anexo 9 Ponto 2.B: Momento Posterior à Publicação:

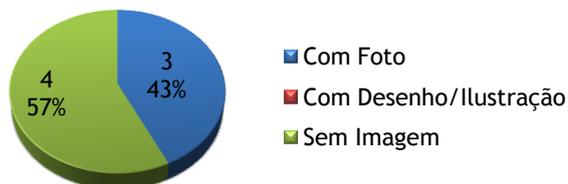
Leads mantidos, alterados e criados pelo JF:



Anexo 10 Ponto 2.B: Alteração do Corpo dos Textos Publicados



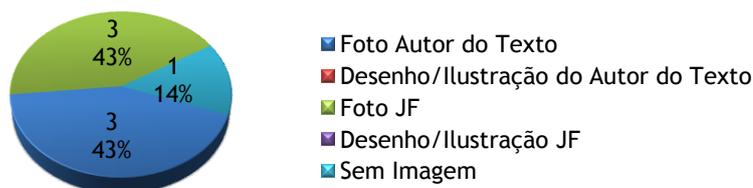
Anexo 11 Ponto 2.B: Imagens, Antes da Publicação



Quantidade de Imagens entregues por Deslocação Pessoal:

	“Conteúdos gerados por Leitores”				Total
	Textos/Pedido de Publicação			Sugestão de Tema	
	Notícia	Crónica	Cartas de Leitor		
Nº de Fotografias	0	1+1=2	0	3	5
Nº de Textos	0	2	0	1	3
Nº de Desenhos/Ilustração	0	0	0	0	0
Nº de Textos	0	0	0	0	0
Nº de Textos Sem Imagem	2	0	1	1	4

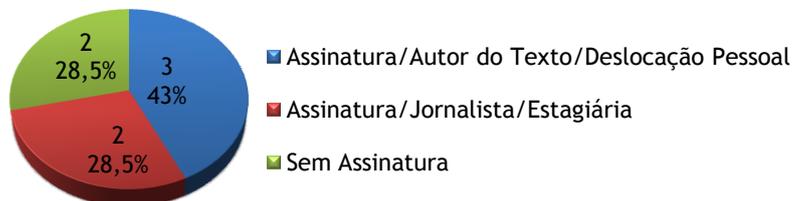
Anexo 12 Ponto 2.B: Imagens, Depois da Publicação



Quantidade de Imagens publicadas:

	Tipo de Informação Publicada				Total
	Textos Publicados			Sugestão Publicada	
	Notícia	Crónica	Cartas de Leitor		
Foto enviada pelo autor	0	1+1=2	0	3	5
Nº de Textos	0	2	0	1	3
Desenho/ Ilustração enviada pelo autor	0	0	0	0	0
Nº de Textos	0	0	0	0	0
Foto JF	1+1=2	0	0	1	3
Nº de Textos	2	0	0	1	3
Desenho/Ilustração JF	0	0	0	0	0
Nº de Textos	0	0	0	0	0
Nº de Textos Sem Imagem	0	0	1	0	1

Anexo 13 Ponto 2.B: Assinatura, Depois da Publicação



Anexos Ponto 3.A - Questionário:

Anexo 1 Ponto 3.A: Local de Residência: Q. E-Mail

Países e Distritos de Portugal		Total	%
França	2	2	3,1
Finlândia	1	1	1,6
Canadá	1	1	1,6
Alemanha	1	1	1,6
Espanha	1	1	1,6
Brasil	1	1	1,6
Porto	1	1	1,6
Braga	1	1	1,6
Lisboa	3 (Lisboa) + 2 (Sintra)	5	7,8
Beja	1	1	1,6
Coimbra	2	2	3,1
Santarém	1 (Fátima)	1	1,6
Viseu	1	1	1,6
Castelo Branco	7 (Castelo Branco) + 1 (Belmonte) + 16 (Fundão) + 17 (Covilhã)	41	64,1
Guarda	1	1	1,6
Évora	1 (Estremoz)	1	1,6
Setúbal	1 (Almada) + 1 (Seixal)	2	3,1
Total		64	100,0

Anexo 2 Ponto 3.A:

4.Profissão: Q. E-Mail	N. o	%
Reformado	10	15,6
Pré-Reformado	3	4,7
Desempregado	4	6,3
Estudante	1	1,6
Professor (1 Prof. Ensino Secundário; 1 Prof. Universitário; 1 Prof. Desporto; 1 Prof./Diretor da Escola de Hotelaria e Turismo)	9	14,1
Educador de Infância	2	3,1
Bibliotecário	1	1,6
Treinador de Ténis	1	1,6
Psicólogo Clínico e de Saúde	1	1,6
Médico	1	1,6
Advogado	2	3,1
PSP	1	1,6
GNR	1	1,6
Técnico Oficial de Contas	3	4,7
Técnico de Recursos Humanos	1	1,6
Técnico de Segurança e Higiene	1	1,6
Técnico Superior da Função Pública	3	4,7
Consultor de Gestão	1	1,6
Gestor de Empresas	3	4,7
Gestor de Conteúdos na Web	1	1,6
Gestor Hoteleiro	1	1,6
Rececionista Hoteleiro	1	1,6
Empregado de Refeitório/Restauração	2	3,1

Comerciante	1	1,6
Empregado Bancário	2	3,1
Economista	1	1,6
Diretor de Serviços	1	1,6
Empreiteiro em Construção Metálica	1	1,6
Engenheiro Civil	1	1,6
Engenheiro Eletromecânica	2	3,1
Engenheiro Agrónomo	1	1,6
Total	6	100
	4	,0

Anexo 3 Ponto 3.A:

4.Profissão: Q. D. Pessoal	Nº	%
Reformado	3	50
Professor (1 Prof. Desporto; 1 Prof. Educação Visual)	2	33,3
Psicopedagogo	1	16,7
Total	6	100

Anexo 4 Ponto 3.A:

Respostas do Questionário por E-Mail:

14. Até um máximo de quatro palavras como define o Jornal do Fundão?		
Definições	Nº	%
Um Bastão da Liberdade	1	1,6
Razoável Jornal Regional	1	1,6
Bom Jornal Regional	4	6,3
Excelente Jornal Regional	6	9,4
Melhor Jornal Regional Português	8	12,5
Paradigma da Lisura e Intrepidez	1	1,6
Paradigma da Seriedade	1	1,6
Isento	1	1,6
Arauto da Região	1	1,6
Região nas Nossas Mãos	1	1,6
Semanário Mais Lido	1	1,6
Embaixador da Região	1	1,6
Defensor da Região	1	1,6
Porta-Voz da Beira	1	1,6
Excelente Difusor de Cultura	1	1,6
Que Nunca Acabe	1	1,6
Trata da Verdade	2	3,1
Proximidade	1	1,6
Jornal da Cova da Beira	1	1,6
Atento à Realidade Regional	1	1,6
Utilidade Pública	1	1,6
Completo	2	3,1
Independente	1	1,6
Faz parte da Família	1	1,6
Atual	2	3,1
Importante	2	3,1
Amigo	1	1,6
Bem Estruturado	2	3,1
Histórico e Cultural	1	1,6
A Voz da Região	1	1,6

Autóctone, Beirão	3	4,7
Um Jornal com Tradição	1	1,6
Companhia	1	1,6
Dinamizador	1	1,6
Qualidade de Informação	2	3,1
Paladino da Liberdade	1	1,6
Jornal Regional de Referência	1	1,6
Acompanhante de Nível Nacional	1	1,6
Não Defino	3	4,7
Total	64	100,0

Respostas do Questionário por Deslocação Pessoal:

14. Até um máximo de quatro palavras como define o Jornal do Fundão?		
Definições	Nº	%
Importante	1	16,7
Histórico e Cultural	1	16,7
Excelente Jornal Regional	1	16,7
Defensor da Região	1	16,7
Principal Órgão da Região	1	16,7
Vanguarda	1	16,7
Total	6	100,0

Exemplos de “Conteúdos gerados por Leitores”:

“Informações/Pedido de Publicação”:

Exmos. Srs. Jornalistas,

Venho por este meio dar informação acerca da situação de pagamentos a alguns professores do Conservatório de Música de S. José da Guarda, valência da Santa Casa da Misericórdia da Guarda, que julgo ser relevante para o conhecimento geral da região.

Alguns professores, incluindo eu próprio, estão desde Setembro a receber uma retribuição mensal substancialmente menor do que aquilo que lhes é devido por contrato assinado entre as partes. No meu caso particular, recebi, nos últimos 3 meses, um total de cerca de 20% a menos do meu rendimento líquido contratualizado. Todos os professores que residem fora da Guarda estão nesta situação, já que o valor que nos está a ser sonogado é relativo a uma parte do pagamento que constitui incentivo à deslocação de professores, valor esse que é alvo, todos os meses, desde há vários anos, de retenção na fonte de IRS por parte da SCMG, para além de estar estipulado - sem margem para dúvidas - em contrato de trabalho. A Direção Administrativa da Santa Casa da Misericórdia da Guarda nunca nos abordou diretamente no sentido de nos explicar o que se tem passado. Aliás, após várias tentativas da minha parte de chegar à fala por via telefónica com algum responsável pela Mesa ou pela Direção Administrativa, nunca obtive sucesso. Esta atitude - adicionada ao facto de os salários serem pagos consistente e repetidamente com vários dias de atraso, mês após mês já há vários anos, contra o estabelecido em Contrato Coletivo de Trabalho - para além de

demonstrar desprezo pela vida e obrigações financeiras dos professores, mostra também um profundo desrespeito pelo trabalho dos mesmos. Da minha parte, tomarei de imediato todos os procedimentos legais necessários para que me seja pago o valor que está em dívida, iniciativa que creio que outros professores irão encetar de igual forma.

Com os melhores cumprimentos

“Sugestão de Tema”:

Boa noite,

Gostaria de sugerir um tema de trabalho ao Jornal do Fundão.

A minha participação no Campeonato Nacional de Karting e Taça de Portugal depende, neste momento, de alguns apoios solicitados (patrocínios).

Tenho 15 anos e uma reportagem jornalística sobre a minha experiência em Karting poderia ajudar.guardo a resposta.

Cumprimentos.

Publicação de Notícia:



“Pedido de Esclarecimento”:

Ola bom dia! Venho por este meio redigir um pequeno texto, pois ontem ao comprar o Jornal do Fundão, como sempre o faço, deparei-me com uma situação bastante triste para mim...pois não esperava... Na parte do desporto onde falavam nas jovens promessas onde os grandes vinham recrutar os pequenos talentos da nossa região, disseram-me que vinham falar sobre isso, e qual foi o meu espanto que do Leandro Barbeiro (Sporting Clube da Covilhã) não falavam... Esta criança esteve também em Alcochete nesse dia referido pelos senhores, sendo

que já não foi a primeira vez, pois ao ser-lhe reconhecido o devido valor, depois de ter ganho vários trofeus de melhor jogador em torneios daqui da zona, e depois de uma época fantástica esta criança foi chamada por Sporting de Portugal e Benfica, tendo inclusive participado num torneio de dois dias pelo Sporting de Portugal, de onde venceram o torneio e este ter tido um saldo bastante bom, pois além de jogar bem, marcou 4 golos. Agora só me resta informar ao Jornal do Fundão esta situação pois acho que o miúdo merece pois pode estar aqui um futuro talento da nossa região... Como podem comprovar e verificar vou mandar uma fotografia e um link onde contam algumas passagens da vida futebolista desta criança. Aguardo resposta. Cumprimentos.



“Textos/Pedido de Publicação”

Notícia:

Na tarde do dia 07/07/2011 a Escola Internacional da Covilhã inaugurou o seu megaprojeto. A “maior Árvore de Natal” reciclada do distrito, talvez quem sabe até do país. Esta árvore foi totalmente concebida com pacotes de leite e garrafas de plástico, na sua totalidade, cerca de 2000 pacotes de leite e 250 garrafas de água, atingindo uma altura de 8 metros. Esta ideia surgiu na sequência do tema do projeto educativo da escola “Reciclar para um mundo melhor”, mas sobretudo para consciencializar de que simples atitudes individuais podem contribuir para um ambiente mais sustentável. A diretora Ana Saraiva, explica que “o objetivo destas ações é sensibilizar toda a comunidade educativa para a preservação do ambiente, dar a conhecer no que consiste a reciclagem e sobretudo motivar pais, filhos e familiares, entre outros, para a prática desta atitude.” Referiu ainda que “a construção desta árvore não só atingiu todos os objetivos aos quais nos propusemos, como proporcionou a envolvimento e colaboração de toda a comunidade educativa, envolvimento essa que é um dos pontos fortes do nosso projeto educativo.”





COVILHÃ

Maior árvore ecológica da região está na Escola Internacional

AESCOLA Internacional da Covilhã inaugurou a “maior árvore de Natal” reciclada do distrito, talvez quem sabe até do país. Esta árvore foi concebida com pacotes de leite e garrafas de plástico, na sua totalidade, cerca de dois mil pacotes de leite e 250 garrafas de água, atingindo uma altura de oito metros.

Esta ideia surgiu na sequência do tema do projecto educativo da escola “Reciclar para um mundo melhor”, mas sobretudo para consciencializar de que simples atitudes individuais podem contribuir para um ambiente mais sustentável.

A diretora Ana Saraiva, explica que o objectivo destas acções “é sensibilizar toda a comunidade educativa para a preservação do ambiente, dar a conhecer no que consiste a reciclagem e sobretudo motivar pais, filhos e familiares, entre outros, para a prática desta atitude.”

Referiu ainda que “a construção desta árvore não só atingiu todos os objectivos aos quais nos propusemos, como proporcionou a envolvimento e colaboração de toda a comunidade educativa, envolvendo essa que é um dos pontos fortes do nosso projecto educativo.”

Texto de Opinião:

Emigrar? Não, obrigado!

Com crescente desfaçatez, sucedem-se os apelos de governantes lusos para que os portugueses emigrem, sobretudo aqueles que possuem maiores qualificações e que representam, em Portugal, uma pequena minoria da população. Portugal é um dos países da Europa com menores níveis de escolarização da população, segundo o Relatório do Desenvolvimento Humano de 2011 há dias publicado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). Perceber porque razão existe, ainda assim, tanto “desemprego

qualificado” equivale a repetir diagnósticos sobejos, alguns deles bastante antigos e verdadeiros, voltando sempre à vaca fria da estupidez enquanto virtude cardeal explicativa do “sucesso” profissional do “empregado” luso. Virtude especialmente incensada por partidos políticos, “empresários” e “autoridades públicas” nacionais. Desta vez não iremos por aí. Sendo Portugal um país europeu com longa história de emigração, a questão consiste agora em saber como, em que condições e para quê, emigrar. Isto porque apelar à emigração sem abordar a nenhum destes aspetos parece, além de ser socialmente perigoso, de uma insensibilidade confrangedora.

Vejamos alguns exemplos. Caso os “emigrantes” possuam em Portugal bens de propriedade, por poucos que sejam, ficarão eles isentos de taxas e impostos, como por exemplo do IML, durante o período de ausência dos proprietários? Que garantias oferece a máquina fiscal do Estado de que não surge entretanto nenhuma dívida, ou sanção aplicável, ficando o “sujeito passivo” impossibilitado de se defender, judicialmente ou de qualquer outro modo, por se encontrar ausente do país por razões económicas? Irá o Estado nesse caso, ou noutros equivalentes relacionados com a lassidão dos processos judiciais, suportar os custos das deslocações dos “emigrantes” para poderem aconselhar-se, acompanhar o andamento dos seus processos ou assistirem às audiências nos tribunais nacionais? E caso haja dependentes familiares em jogo, pega-se assim neles e Ala que se faz tarde!? Destroem-se redes familiares e de socialização assim sem mais nem menos? Abandonam-se, ou “institucionalizam-se”, as pessoas dependentes presentemente ao encargo das famílias? Não tem o Estado responsabilidades constitucionais pela saúde ou a educação dos cidadãos? Que garantias tem o cidadão “convidado” a emigrar de que o governo assegura, ou de alguma forma acautela, nos países de destino da emigração, os necessários cuidados de acesso à saúde e à educação? Saberão por acaso os senhores governantes, que tanto se têm “desdobrado” em Portugal em esforços de “modernização” da rede escolar e de cuidados de saúde, dotando hospitais, centros de saúde e escolas das mais avançadas tecnologias, desde equipamento médico aos famosos quadros interativos, quais as condições de acesso à saúde e à educação “oferecidas” pelos países e regiões de destino da emigração? Brasil e Angola, por exemplo? Açam por acaso despidiendos, ou temporariamente dispensáveis, os direitos e liberdades fundamentais dos cidadãos, incluindo o direito à segurança ou os direitos de expressão e de participação política? Ficarão os emigrantes de alguma forma “desonerados” da dívida pública em seu nome contraída por uma sucessão de governos incompetentes e corruptos, à escala nacional, regional e local, e que agora pretendem passar impolutos por entre as gotas de chuva da crise? Onde é que isso aparece escrito?

Aconselha-se pois à classe política muita prudência e reflexão, e uma enorme moderação no uso das palavras quando aborda hoje ao tema, e à suposta “necessidade” e “inevitabilidade”, da emigração, usando figuras de estilo algo soezes como aquela da “zona de conforto”. Ao que resta do patriotismo, acautelando as mais que prováveis derivas extremistas, aconselha-se capacidade de resistência, lucidez e solidariedade. Aos militares pede-se que estejam

atentos. Dizem nestas ocasiões aqueles a quem comeram a carne que o destino é o de terem de lhes roer os ossos. Que assim seja agora, sem vacilar. O tempo não está bom para emigrações.

Crónica:

CRÓNICA DE FIM DE ANO

No alvorecer deste ano que agora está a terminar, o covilhanense Paulo Pimentel, radicado no Brasil, convidou os seus conterrâneos a levar o ano a rir, com a apresentação do seu primeiro livro, cheio de histórias engraçadas, geradas no humor citadino de figuras que, algumas, já desapareceram desta terra laneira de então, universitária de hoje. Era então de risos, e de muitos sorrisos, que vínhamos a necessitar, qual lenitivo para as angústias de um ano inteiro. Depois, foi a continuidade de um manancial de várias vertentes da cultura, com expoentes elevados em muitos campos do conhecimento, dos costumes, da música, da arte sacra e não só, e da educação, na urbe, que constituem a herança da nossa comunidade. E, esta laboriosa Cidade, sofredora como o País inteiro, pelos quatro pontos cardeais do seu retângulo, soube atrair a si vários cafés literários, ações culturais de vária índole, com eventos muito interessantes, fazendo elevar a nossa autoestima, abalada por muitos nababos da política portuguesa.

Recentemente tive o prazer de acolher na Covilhã um antigo colega de profissão, viajante de quatro costados pelos cinco continentes -Vasco Callixto - que neste ano apresentou o seu quinquagésimo livro sobre viagens, e, no momento em que redigia esta crónica, via passar na RTP, em rodapé, o anúncio da apresentação de “50 Anos de Viagens”, na Casa da América Latina, em Lisboa. Mas, no crepúsculo de 2011, um outro covilhanense, João Morgado, quis brindar-nos com o seu livro de contos - “Meio-Rico” - que fez memorizar os tempos de outrora. Eram tempos sem tecnologias, sem penumbra de maleitas da desgovernança dos dias de hoje. Eram também tempos de pobreza mas não havia, como hoje, a abastança descontrolada de muitos dos aflitos de agora, conducentes a um país dependente de auxílios, nos caminhos da indigência.

Vemos a cidade a acolher estes acontecimentos culturais, fora das paredes de pompa e circunstância dos Paços do Concelho. E, assim, no peculiar da sua hospitalidade, e no que já vai sendo um hábito, foi o Café Jardim que proporcionou mais uma tarde cultural, bem expressa nas palavras do seu proprietário, Joaquim Almeida, orgulhoso de mais este evento. Mas João Morgado trouxe à memória, nalguns contos inseridos no seu livro, a vivência de outrora, em aspetos como, por exemplo, o comércio tradicional de então. Nesses tempos ainda não tinham surgido as grandes superfícies nem entidades públicas como a ASAE. Havia a mercearia da aldeia ou da cidade, onde se vendia de tudo, desde o açúcar e da manteiga, ao peso; do bacalhau, cortado por meio de uma faca fixa no balcão; do azeite, vendido ao litro; do petróleo, para os candeeiros e fogareiros a petróleo... como também do sabão rosa e sabão

amarelo, vendidos em barras e ao quilo; mercadoria e produtos pesados nas balanças Avery; e do “sabão macaco”...

Li o livro, de fio a pavio, e, neste 2011 já no ocaso, prenúncio de um 2012 de maus augúrios, recordo a mercearia de José Soares Cruto, na Rua dos Combatentes da Grande Guerra, já desaparecida, um dos estabelecimentos que servia uma grande clientela da zona, onde também se vendiam louças de alumínio, e era local de conversa de muitos amigos do seu proprietário, que sabia acolher as pessoas, assim como o seu humilde e simpático empregado, José Simões. O Padre Nabais era um desses amigos, assim como o Belmiro, da Subdelegação de Saúde; e Filipe Roberto e Runa, então funcionários dos SMC. Pela Páscoa também se vendiam as amêndoas, e, pelo Natal, os chocolates alusivos, quase sempre os mesmos tipos, geralmente bonecos, ou tabletes. E, assim, assistimos à apresentação de mais um livro, escrito ainda sem as regras do novo acordo ortográfico. Já não nos chegavam os grandes problemas económicos que se avizinham para 2012, quanto mais a obrigatoriedade do novo acordo ortográfico, que me desculpe o amigo professor Malaca Casteleiro.

Entrevista (pequena parte):

“Temos qualidade para chegar aos lugares obtidos na época transata”

Nuno Couto representa há nove épocas a equipa de futsal da Associação Desportiva do Fundão (ADF). O jogador e atual capitão, de 27 anos, começou o seu percurso na III divisão até chegar, em 2006, ao escalão principal. Desde então, tem ajudado o clube a manter-se no topo e a afirmar-se como um dos conjuntos mais fortes do país. As meias-finais disputadas na temporada passada frente ao Sporting são a prova disso mesmo. Nesta entrevista, aborda o desempenho da formação orientada pelo técnico Joel Rocha no campeonato, analisa o estado da modalidade e revisita os principais momentos da sua carreira. E, sem perder o sentido de coletivo, não esquece quem o tem ajudado no seu percurso.

1 - Após 16 jornadas disputadas no campeonato, que balanço fazes do desempenho da ADF, atual 7ª classificada?

Nuno Couto - Penso que as cinco derrotas consecutivas ditaram o lugar em que estamos classificados. Tivemos uma fase muito boa depois mas, devido ao número de lesões, voltámos a cair dois lugares. Acho que a equipa tem mais valor do que os pontos e a classificação refletem, no entanto, ainda faltam muitos jogos e temos qualidade para subir alguns lugares.

2 - Quais as explicações para as cinco derrotas consecutivas no início do campeonato?

Nuno Couto - Tivemos um início de campeonato muito complicado, onde defrontámos boas equipas, quatro delas ainda se encontram acima de nós na tabela classificativa. Não nos podemos esquecer que a equipa sofreu muitas alterações e nesses cinco jogos ainda não apresentávamos o nível atual.

3 - As inevitáveis comparações com a época passada, em que chegaram às meias-finais, trouxeram demasiada pressão para a equipa?

Nuno Couto - Não, de forma alguma... As equipas não vivem da história, vivem do presente e tínhamos perfeita noção de que a classificação obtida no passado em nada ia ajudar a época atual. Bem pelo contrário, porque as equipas esta época ainda têm mais vontade de vencer o Fundão. No entanto, acho que temos qualidade para chegar, novamente, aos lugares obtidos na época transata.

Publicação da *Entrevista*:

COUTO, CAPITÃO DA DESPORTIVA

“Temos qualidade para chegar aos lugares obtidos na época transacta”

NUNO Couto representa há nove épocas a equipa de futsal da Associação Desportiva do Fundão (ADF). O jogador e actual capitão, de 27 anos, começou o seu percurso na III Divisão até chegar, em 2006, ao escalão principal. Desde então, tem ajudado o clube a manter-se no topo e a afirmar-se como um dos conjuntos mais fortes do país. As meias-finais disputadas na temporada passada frente ao Sporting são a prova disso mesmo.

Em entrevista, o jogador aborda o desempenho da formação orientada pelo técnico Joel Rocha no campeonato, analisa o estado da modalidade e revisita os principais momentos da sua carreira. E, sem perder o sentido de colectivo, não esquece quem o tem ajudado no seu percurso.

“Penso que as cinco derrotas consecutivas no início desta época ditaram o lugar em que estamos classificados. Tivemos uma fase muito boa depois, mas, devido ao número de lesões, voltámos a cair dois lugares. Acho que a equipa tem mais valor do que os pontos e a classificação reflectem, no entanto, ainda faltam muitos jogos e temos qualidade para subir alguns lugares”, adianta o atleta, acrescentando que na segunda volta “pode-se esperar uma maior regularidade a nível de resultados e, consequentemente, uma subida na tabela classificativa.



Treinamos muito para estarmos ao nível que o campeonato exige e estou certo de que isso se vai reflectir no número de pontos obtidos.”

Sobre uma possível chamada à selecção, Couto foi claro. “Já me passou isso pela cabeça, mas não sou eu quem toma esse tipo de decisões. Um dia Adil Amarante, ex-treinador do Benfica, disse que ‘se o Couto e o Paulo Pinto jogassem em Lisboa iam à selecção’. Penso que com isto está tudo dito.”

RUI BELO MONTEIRO

(a entrevista pode ser lida na íntegra em www.jornaldofundao.pt)

Carta de Leitor:

Como vai a saúde... no Fundão

Num momento em que o País atravessa uma profunda crise económica e social acho que é vergonhoso não se preservar um direito fundamental dos cidadãos que é o de ter acesso a

cuidados de saúde com qualidade! Isso não está a acontecer no Fundão, o que muito me entristece como cidadã deste concelho e utente destes cuidados no Centro de Saúde. De há um tempo a esta parte, que eu me lembre desde o início do ano e peço desculpa se me engano, que se reformaram muitos médicos no Centro de Saúde, incluindo a minha médica de família, e até agora ainda não houve substituição dos mesmos. Os utentes desses médicos que precisem de consulta têm que se dirigir á consulta aberta e têm que ir com estofo e “estômago” para o que lá poderão ouvir, uma vez que por vezes “caí o carmo e a trindade” e saem de lá de mãos a abanar, ou então se precisarem de medicação dirigem-se ao Centro de Saúde e deixam lá que alguém irá passar as receitas. E acerca disto aqui vai uma história: “Uma utente hipertensa e com antecedentes de AVC, que tem que tomar a medicação certinha, vai ao centro de saúde e deixa lá os medicamentos para que passem as receitas ao que a funcionária diz que “Sim, podem ficar e pode vir cá daqui a uma semana. Dali a uma semana lá vai ela mas ainda não estão porque os médicos que estiveram de serviço não quiseram passar e a funcionária diz volte novamente daqui a uma semana. E volta-se a repetir a mesma situação durante um mês. E...”.

Querem saber se a utente já tem as receitas? Pois é, ainda não as têm e o cúmulo disto tudo é que a utente paga por este serviço, não é isenta, e apesar de ter ido muito antes da medicação acabar já a prever esta situação passaram-se quase dois meses e as receitas não há meio de estarem prontas, e não é a primeira vez que isto acontece. TUDO PORQUE OS SENHORES DOUTORES NÃO QUEREM PASSAR RECEITAS AOS UTENTES QUE NÃO SÃO “DELES” e então esses doentes que se “lixem”, que é mesmo assim! Peço aos responsáveis pelo Centro de Saúde e ao Ministério competente que tenham atenção a esta situação pois num concelho do interior onde grande parte da população é idosa, e mesmo que não fosse, acho que é **inaceitável esta situação acontecer !!!**

Como vai a saúde no Fundão

NUM momento em que o País atravessa uma profunda crise económica e social acho que é vergonhoso não se preservar um direito fundamental dos cidadãos que é o de ter acesso a cuidados de saúde com qualidade! Isso não está a acontecer no Fundão, o que muito me entristece como cidadã deste concelho e utente destes cuidados no Centro de Saúde. De há um tempo a esta parte, que eu me lembre desde o início do ano e peço desculpa se me engano, que se reformaram muitos médicos no Centro de Saúde, incluindo a minha médica de família, e até agora ainda não houve

substituição dos mesmos. Os utentes desses médicos que precisam de consulta têm que se dirigir à consulta aberta e têm que ir com estofos e “estômago” para o que lá poderão ouvir: uma vez que por vezes “cá o carmo e a trindade” e saem de lá de mãos a abanar, ou então se precisarem de medicação dirigem-se ao Centro de Saúde e deixam lá que alguém irá passar as receitas. E acerca disto aqui vai uma história: “Uma utente hipertensa e com antecedentes de AVC, que tem que tomar a medicação certa, vai ao centro de saúde e deixa lá os medicamentos para que passem

as receitas ao que a funcionária diz que “Sim, podem ficar e pode vir cá daqui a uma semana. Dali a uma semana lá vai ela mas ainda não estão porque os médicos que estiveram de serviço não quiseram passar e a funcionária diz volte novamente daqui a uma semana. E volta-se a repetir a mesma situação durante um mês. E...” Querem saber se a utente já tem as receitas? Pois é, ainda não as têm e o cúmulo disto tudo é que a utente paga por este serviço, não é isenta, e apesar de ter ido muito antes da medicação acabar já a prevenir esta situação passaram-se quase dois meses e

as receitas não há meio de estarem prontas, e não é a primeira vez que isto acontece. Tudo porque os senhores doutores não querem passar receitas aos utentes que não são “deles”, e então esses doentes que se “lixem”, que é mesmo assim! Peço aos responsáveis pelo Centro de Saúde e ao Ministério competente que tenham atenção a esta situação pois num concelho do interior onde grande parte da população é idosa, e mesmo que não fosse, acho que é inaceitável esta situação acontecer!

ANA RITA OLIVEIRA
VALVERDE