



Moisés de Lemos Martins & Manuel Pinto (Orgs.) (2008)
Comunicação e Cidadania - Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação
6 - 8 Setembro 2007, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho)
ISBN 978-989-95500-1-8



O poder dos meios – Análise das condições de produção jornalística em dois diários regionais

LUÍSA TERESA RIBEIRO

Universidade do Minho ~ luisateresaribeiro@gmail.com

Resumo:

O Estatuto da Imprensa Regional (Decreto-Lei n.º 106/88 de 31 de Março) refere que este sector é, muitas vezes, «o único veículo de publicitação das aspirações a que a imprensa de expansão nacional dificilmente é sensível». É, portanto, pertinente abordar o espaço que dois jornais de âmbito regional, e que como tal se podem inserir no chamado jornalismo de proximidade, dão aos diferentes actores sociais. Centrando-se em dois jornais regionais diários com sede na cidade de Braga – o *Correio do Minho* e o *Diário do Minho* –, esta investigação visa perceber, através de entrevistas aos directores, de um inquérito aos jornalistas e da análise das primeiras páginas das edições de Maio de 2005, o modo como os meios materiais e humanos influenciam a produção jornalística, analisar se há ou não dependência das iniciativas de fontes de informação e compreender se há uma aposta em artigos produzidos por iniciativa própria. De uma maneira mais lata, o trabalho tenta perceber de que forma é que os meios materiais e humanos dos dois diários influenciam a respectiva produção jornalística.

Palavras-chave:

Imprensa regional, meios materiais e humanos, fontes de informação

I – Introdução

Ao longo de três décadas de democracia em Portugal, a imprensa regional “tem sido quase sempre vista, por um lado, como intocável e, por outro, como algo de menor e sem estatuto”, tal como refere o antigo secretário de Estado Feliciano Barreiras Duarte (2005: 14). Na mesma linha, Carlos Camponez (2003: 74-75) salienta que há “leituras críticas que remetem a imprensa regional para formas desqualificadas de comunicação, navegando nas águas turvas de um jornalismo pré-industrializado, ausente de noções éticas, pouco profissionalizado, temeroso e cacique. A par deste discurso, sobretudo nas últimas duas décadas, assistiu-se também a uma cada vez maior revalorização do papel da imprensa regional e local, nomeadamente enquanto instrumento privilegiado de manutenção ou reactivação de formas de comunicação pré-industriais, alternativas aos modelos de comunicação massificados. Incluem-se nesta linha aqueles que acreditam que os modelos de informação comunitária podem redinamizar localmente um certo modelo de espaço público que, em termos gerais, não resistiu à industrialização dos *media*, à massificação dos seus modelos culturais e às novas formas de criação da opinião”.

O olhar céptico em relação à importância da imprensa regional tem-se traduzido em relativamente poucos estudos sobre este sector, o que não corresponde à importância que lhe foi reconhecida em 1988, com a aprovação do seu Estatuto, com “o parecer favorável de todas as associações de imprensa regional” (Decreto-Lei n.º 106/88 de 31 de Março). Olhando para os números de leitores da imprensa regional revelados pelos quatro estudos sistemáticos levados a cabo pela Markttest, para as verbas do erário público canalizadas para o apoio a este sector e para a importância que lhe é atribuída por diversos autores nacionais e estrangeiros, pensamos que esta é uma área que merece mais investigação.

Com o objectivo de ajudar a colmatar a falta de estudos sobre a realidade da imprensa regional em Portugal, centrámos este trabalho em dois jornais regionais diários com sede na cidade de Braga: o *Correio do Minho* e o *Diário do Minho*. Como o nosso centro de interesse se prende com o exercício do jornalismo, a investigação girou em torno das condições de trabalho que os profissionais destes dois jornais têm no seu dia-a-dia e as implicações que elas têm no desenvolvimento da sua actividade. Uma vez que a literatura disponível sobre a imprensa regional em Portugal levanta a questão da falta de meios neste sector, quisemos averiguar a realidade dos diários com sede na «cidade dos arcebispos».

“De que forma é que os meios materiais e humanos do *Correio do Minho* e do *Diário do Minho* influenciam a respectiva produção jornalística?” é a pergunta de partida da investigação, que visa perceber de que forma é que os meios materiais e humanos influenciam a agenda dos dois jornais, analisar que relação se estabelece com as iniciativas das fontes – tais como conferências de imprensa, comunicados, inaugurações ou sessões públicas – e compreender se há uma aposta em artigos produzidos por iniciativa própria como estratégia de diferenciação e conquista de quota de mercado.

O objectivo é testar as seguintes hipóteses:

- A maior parte do espaço informativo do *Correio do Minho* e *Diário do Minho* é ocupado por artigos que tiveram origem em iniciativas de elementos externos aos dois jornais;
- As fontes oficiais predominam no *Correio do Minho* e *Diário do Minho*;
- A falta de meios materiais e humanos leva o *Correio do Minho* e *Diário do Minho* a veicularem informação que teve origem sobretudo em iniciativas das fontes.

Em relação à definição da metodologia, um momento crucial de qualquer trabalho científico, uma vez que trabalho no *Diário do Minho*, e ainda por cima num cargo de coordenação de redacção, houve a preocupação de definir uma abordagem que garantisse rigor no tratamento da informação, valorizando o conhecimento da realidade do trabalho jornalístico no Minho.

Recorremos, então, a uma conjugação de metodologias de natureza quantitativa e qualitativa, minimizando as limitações de cada uma delas. Ao optarmos pela conjugação das duas metodologias, conseguimos uma variedade de conteúdos, que nos permite conhecer de forma mais aprofundada a realidade dos dois meios de comunicação através dos pontos de vista de quem ocupa cargos de direcção (quer empresarial, quer de redacção) e dos jornalistas.

Foram, pois, efectuadas entrevistas presenciais com o então director do *Correio do Minho*, António Costa Guimarães, a 5 de Maio de 2005, com o então director do *Diário do Minho*, João Aguiar Campos, a 16 de Maio de 2005, e com o administrador do *Diário do Minho*, Fernando Monteiro, que convocou o então director de produção, Júlio Pinto, e o director comercial, Luís Carlos Fonseca, a 12 de Maio de 2005.

Paralelamente, procedemos à recolha dos jornais de Maio de 2005 para análise, assim como das agendas dos dois diários para confronto com o produto final. O estudo incidiu sobre a primeira

página dos dois periódicos, tendo como pressuposto que esta apresenta o que de mais importante o jornal tem naquele dia para oferecer aos leitores, traduzindo as diferentes linhas editoriais.

Este trabalho incluiu a leitura dos artigos das páginas interiores que eram «chamados» à primeira página. A análise contemplou os artigos directamente referenciados pelos títulos das primeiras páginas, mas também segundos textos e outras matérias relacionadas com as questões destacadas nas folhas de rosto dos jornais, uma vez que elas remetem para um assunto e não especificamente para uma só notícia. Desta exploração excluímos os suplementos comerciais que os jornais lançaram e que tiveram destaque de primeira página.

Na análise dos títulos das primeiras páginas, usámos a seguinte grelha:

Jornal	Data	Título	Destaque	Secção	Quem «agendou»	Fontes
--------	------	--------	----------	--------	----------------	--------

Para a análise da questão das fontes presentes nos artigos, seguindo os procedimentos da Análise de Conteúdo, criámos categorias que facilitassem a sua identificação: Administração Pública; Assembleia da República; Associações, entidades patronais e empresários; Associações ligadas ao ensino (pais e estudantes); Atletas; Cidadãos; Clubes e outras entidades desportivas; Dirigentes desportivos; Ensino superior (dirigentes, docentes e investigadores); Entidades culturais e recreativas; Entidades e membros de confissões religiosas; Fontes com identificação incompleta; Forças de segurança e emergência; Governo; Jornalista; Meios de Comunicação Social; Organizações sociais; Partidos políticos; Poder local; Sindicatos e organizações profissionais; Sistema judicial; Treinadores e Outras fontes

Foi, de seguida, aplicado um questionário à totalidade dos jornalistas que surgiam identificados nas fichas técnicas dos dois jornais – 17¹ no *Diário do Minho* e 19 no *Correio do Minho* –, incluindo as chefias, em Dezembro de 2005. Foi pedido aos profissionais que preenchessem o questionário e que o entregassem na recepção do respectivo jornal até 15 de Janeiro de 2006. Este prazo acabou por ser prolongado até 17 de Fevereiro, data até à qual foram recolhidos 23 questionários, o que significa 63,88% do universo em análise.

II – A especificidade da imprensa regional

As reacções são as mais diversas quando se fala de imprensa local ou regional em Portugal. Parece ser muito comum que este sector seja imediatamente associado à imagem de “toda uma filigrana de pequenos jornais, de periodicidade igual ou superior à semanal, mais virados para a história e o quotidiano das comunidades locais do que para o país ou o mundo” (Ferreira em Faustino (org.), 1999: 187). Por contraposição, os elogios não são poupados à imprensa nacional, vista como sinónimo da qualidade que se diz faltar aos jornais de âmbito local e regional. Este esteriótipo é questionável, desde logo pela questão da divisão entre órgãos regionais e nacionais. Olhando para as tiragens, verifica-se que os exemplares que os jornais ditos «nacionais» vendem são inferiores aos «regionais» de outros países e inferiores às vendas dos regionais na sua área geográfica.

A actividade da imprensa regional é regulada através de dispositivos legais. O Estatuto da Imprensa Regional define como pertencentes à imprensa regional “todas as publicações periódicas, de informação geral, conformes à Lei de Imprensa, que se destinem predominantemente às respectivas comunidades regionais e locais, que dediquem, de forma regular, mais de metade da sua superfície redactorial a factos ou assuntos de ordem cultural, social, religiosa, económica e política a

¹ Como é óbvio excluímos o nosso nome da lista das pessoas que responderam ao inquérito.

elas respeitantes e não estejam dependentes, directamente ou por interposta pessoa, de qualquer poder político, inclusive autárquico”.

O Decreto-Lei n.º 106/88 de 31 de Março é o diploma que se afigura como mais significativo para o sector, uma vez que reconhece legalmente a sua importância. O Estatuto da Imprensa Regional sublinha que este sector “desempenha um papel altamente relevante, não só no âmbito territorial a que naturalmente mais diz respeito, mas também na informação e contributo para a manutenção de laços de autêntica familiaridade entre as gentes locais e as comunidades de emigrantes dispersas pelas partes mais longínquas do mundo. Muitas vezes ela é, com efeito, o único veículo de publicitação das aspirações a que a imprensa de expansão nacional dificilmente é sensível; e constitui, por outro lado, um autêntico veículo de difusão, junto daqueles que se encontram fora do país, daquilo que se passa com os que não os quiseram ou não puderam acompanhar. Além disso tem, por regra, sabido desempenhar uma função cultural a que nenhum órgão de comunicação pode manter-se alheio”.

A Lei de Imprensa considera, no seu artigo 14.º, as publicações de âmbito regional as que “pelo seu conteúdo e distribuição se destinem predominantemente às comunidades regionais e locais” (Sousa, 2002: 7 e Ferreira, 2005: 157). Feliciano Barreiras Duarte (2005: 45) chama a atenção para o facto de a definição de “imprensa de proximidade” ser tão vasta – nos termos da Lei de Imprensa, Lei n.º 2/99, de 13 de Janeiro – que nela pode “caberm quase tudo”. O antigo secretário de Estado argumenta que nas nove centenas de títulos regionais registados no Instituto da Comunicação Social se incluem publicações sobre “temas de saúde, contabilidade, cultura, entre outros, o que tem consequências em relação ao regime do porte pago”.

Por seu turno, como complemento à legislação, Pedro Coelho, socorrendo-se das palavras de Moragas Spá (Spá, 2000, citado por Coelho, 2003: 121), define os meios de comunicação de proximidade como todos os que se “dirigem a uma comunidade humana de tamanho médio ou pequeno, delimitada territorialmente, com conteúdos relativos à sua experiência quotidiana, às suas preocupações e aos seus problemas, ao seu património linguístico, artístico, cultural e à sua memória histórica”. Os meios de comunicação de proximidade serão, portanto, “os que produzem e emitem conteúdos de proximidade e que respeitam, por isso, o pacto de proximidade” (Coelho, 2003:121).

A questão do território assume-se, assim, como uma das vertentes a ter em conta para mapear as especificidades da imprensa local e regional, conceitos que apresentamos a par devido à exiguidade do nosso território e ao limitado volume das tiragens destes jornais. Neste sentido, Gabriel Ringlet (1981, citado por Camponez, 2002: 108) sustenta que, “numa primeira análise, e diferentemente dos outros tipos de informação, a imprensa local define-se menos pelo seu conteúdo que pelo seu espaço geográfico”.

Dentro da mesma linha de pensamento, Juan Maciá Mercadé (1997, citado por Camponez, 2002: 110) diz que a imprensa regional tem por “área privilegiada de difusão a região ou a cidade na qual se situa. A vocação, a intencionalidade, os conteúdos e a percepção sobre o leitor são determinados pelo contexto local ou regional, sendo também as relações com as instituições e organismos locais e regionais mais directas, de carácter permanente e num grau maior de intensidade, comparativamente aos órgãos que se encontram, administrativa e politicamente, a um nível hierárquico superior”.

Carlos Camponez (2002: 20) sublinha que a especificidade da imprensa regional reside “na forma como trabalha, como procura e constrói essa relação de proximidade e de identificação com os seus públicos”. Este autor considera que “a imprensa regional escolhe o território como lugar de realização do seu empenhamento: editorial, cultural, discursivo, económico... Fundamentalmente, a especificidade da imprensa regional resulta do seu compromisso específico, do seu pacto comunicacional com um território que não pode deixar de representar um recorte parcial de um

espaço mais vasto. Trata-se, portanto, de um jornalismo de proximidade, fundamentalmente comprometido com a sua região e com as suas gentes” (Camponez, 2002: 273).

Para João Carlos Correia (1997: 147), “os *media* regionais podem comportar um movimento dirigido em dois sentidos. Por um lado, são instâncias de reforço da identidade das comunidades com que se relacionam. Por outro, são espaços de uma potencial «abertura ao mundo». Nesta linha, “a forma de racionalidade que ainda prevalece nesta forma de comunicação autoriza a que possamos perspectivar como um factor potencialmente indutor da dinamização de espaços públicos que devem existir a nível local e regional. O facto de o jornalismo regional ser um dos raros espaços de exercício regular de leitura e até de escuta de informação por parte dos públicos do interior, facilmente torna claro que seja neles que se chamem os públicos à problematização da sua forma de viver e do desenvolvimento da região (Correia, 1997: 171).

Por isso, João Carlos Correia (1997: 146) entende que “em lugar de procurar fórmulas que imitem a imprensa de massa, reproduzindo numa escala menor defeitos como a virtualização de públicos, massificação, cedência crescente à informação-espectáculo, o jornalismo que se pratica fora dos grandes meios urbanos pode ser um elemento estruturador desse espaço público regional entendido como esfera crítica de debate e de interacção dos cidadãos em torno dos problemas que lhe são próximos”. “As especificidades deste tipo de jornalismo podem constituir mesmo um suporte de um eventual modelo de comunicação mais assente na racionalidade crítica o que, não o ignoramos, exige, para que se concretize, uma tentativa de profissionalização, de modernização e de superação de anacronismos empresariais e organizacionais evidentes” (Correia; 1997b: 146).

Paulo Ferreira (2005: 162) também argumenta que este tipo de imprensa pode ser um “instrumento (porventura decisivo) susceptível de ajudar a criar um renovado espaço público nas comunidades, de modo a assegurar que as identidades não se diluem – as pessoais e as comunitárias”. Esta ideia é partilhada por Victor Amaral (2006: 4), para quem “a prática da informação regional assume, em cidades como a Guarda, um papel fundamental na revitalização do espaço público, ao preencher um vazio sobre a problematização de situações de um quotidiano habitualmente esquecido”. Num contexto de uma cidade do interior, os jornais regionais devem ser entendidos “como instituições com forte relação com o respectivo contexto político e social. São, por isso, espaços propícios à luta simbólica entre os mais diversos actores que, a montante e a jusante, com eles interagem e se relacionam” (Amaral, 2006: 5).

Aníbal Alves (1990: 236) considera que a imprensa regional e local “participa no trabalho social de definição das concepções, das normas e dos valores, bem como no da formulação e legitimação dos objectivos e das políticas sociais. (...) A imprensa local participa nas tarefas de definição e formação da identidade e da mudança da sociedade de que é fruto e alimento”.

Xosé López, Fermín Galindo e Manuel Villar (1998: 1) pensam que “a informação de proximidade – informação local – é aquela que maior impacto tem nas comunidades locais, tanto pela incidência que tem para os seus habitantes como pela envolvente sócio-económica. O papel dos meios de comunicação como factor de coesão e de geração de novas relações sociais passa pela incorporação dos incipientes suportes tecnológicos a âmbitos comunicativos locais, daí que as empresas informativas de proximidade não devam mostrar-se temerosas perante os desafios que os novos *media* colocam ao seu tradicional âmbito de difusão”. Os três autores (1998: 2) lembram que “um *media* local existe em relação com um espaço local, com o qual mantém uma relação de retroalimentação mútua. O público sente-se identificado, vê-se reflectido como se estivesse à frente de um espelho; essa imagem responde ao desejo de protagonismo de cada um dos utilizadores”.

Para Michel Mathien (1983: 41-42), a particularidade da imprensa regional reside no facto de ela “se dirigir ao indivíduo, sujeito integrante e participante de uma comunidade geográfica delimitada, de que pode conhecer as características: mentalidades, hábitos, maneiras de viver, nível de vida,

preocupações culturais e sociais dominantes, etc. (...) A transmissão e a continuidade cultural asseguradas pela imprensa diária regional são, em si mesmas, uma função intimamente ligada à função comunitária”.

Pedro Coelho tem dúvidas acerca das potencialidades da imprensa regional, pelo menos no actual contexto. “É natural que com órgãos de comunicação social necessariamente vergados ao peso das instituições e remetidos à subserviência, teremos meios de comunicação social frágeis que em nada contribuirão para a formação da opinião pública; esta será, por isso mesmo, igualmente frágil, subserviente e compreensiva, até para os erros do poder político. Enquanto o jornalismo regional em Portugal continuar refém de um conjunto de marcas negativas que o tornam anacrónico, pesado e ineficaz, dificilmente poderá afirmar-se como pilar do espaço público” (Coelho, 2003: 126).

Na sua opinião, “os meios de comunicação de proximidade devem assumir o papel de auxiliares na formação da opinião pública local, envolvendo-se directamente no tratamento dos temas, porque a isso o pacto de proximidade os obriga, mas sem que esse envolvimento signifique o entrincheiramento do jornalista e do jornalismo à volta de uma causa” (Coelho, 2003: 132). Para Pedro Coelho (2003: 122), “aos meios de comunicação social de proximidade não bastará denunciar os problemas que afectam a comunidade, eles terão também que envolver-se no esforço colectivo de promoverem o debate e a discussão racionais com vista à procura de soluções para esses problemas”. “Neste sentido, e apenas neste sentido, poderemos atribuir aos meios de comunicação social de proximidade o cumprimento daquilo que designamos por função social (dos *media*), uma meta que há muito parece ausente dos meios de comunicação social nacionais”, acrescenta.

Para além destas questões, “o aparecimento de novos suportes, de novas formas de comunicação, obriga os meios tradicionais a redefinirem as suas estratégias para sobreviver com êxito nos cada vez mais disputados mercados locais. Apesar de tudo, a missão principal dos meios de comunicação continua fundamentalmente a ser a mesma de sempre: informar. Isto significa que não podem perder de vista o objectivo principal, sem esquecer que a indústria da comunicação é um negócio. (...) Mais do que nunca, os meios de proximidade – meios locais – não podem esquecer o básico: os conteúdos. Este é o grande desafio” (López *et al.*, 1998: 1 e 2).

Chegados a este ponto, em que a atracção se divide entre o que está distante e o que está à soleira da porta, Xosé López García (2002: 204) diz que “o ponto central da resposta dos *media* locais aos actuais desafios passa por rever as velhas estratégias para enterrar rotinas profissionais que conduziram o jornalismo ao empobrecimento, ferindo-o de morte, e por potenciar a criatividade e fomentar o talento. Esta resposta implica tentar converter as redacções em centros geradores de ideias, de documentação, de temas, de construção de textos mediante fórmulas diversas e de preparação de produtos de qualidade em todos os suportes”.

“Os meios locais, sem abandonar a atenção particular para a informação de proximidade e os traços de identidade, devem estabelecer novas alianças tanto com os meios tradicionais como com os novos meios. E, sobretudo, terão que aproveitar as possibilidades de produzir bens e serviços que as novas tecnologias permitem, especialmente a Internet, para manter a identidade numa sociedade global” (García, 2000: 3).

Jorge Pedro Sousa (2002: 17) sustenta que “a migração para a Internet pode significar uma maior visibilidade «glocal» da imprensa regional e local portuguesa”, para além de sedimentar a vocação que este sector tem para “servir de elo entre os emigrantes e entre os migrantes internos e as suas localidades de origem”. Por isso, este autor defende que um dos desafios da imprensa regional está relacionado com “a definição do seu papel num mundo em que a dinâmica da globalização contrasta paradoxalmente com o recrudescimento da importância do local. A «glocalidade» é, pois, o novo espaço da imprensa regional e local e esta tem de o ocupar, designadamente através da migração para o ciberespaço e do aproveitamento das potencialidades

do *on-line* (actualização, interactividade, multimédia, possibilidade de personalização para o usuário, etc)” (Sousa, 2002: 16).

III – Análise do *Correio do Minho* e do *Diário do Minho*

Este trabalho centra-se em dois jornais regionais com percursos muito diferentes. Enquanto o *Diário do Minho* se manteve ligado à Igreja Católica, independentemente da designação que as empresas proprietárias foram assumindo ao longo dos anos, o *Correio do Minho* passou por diversas mãos, desde públicas até às privadas.

O aparecimento do *Diário do Minho* remonta a 15 de Abril de 1919. Tinha havido antes outro jornal com o mesmo nome, mas com o qual não existe qualquer ligação. O actual *Diário do Minho* apareceu como continuador do *Echos do Minho*, jornal que o padre José Joaquim Pereira Vilela publicou duas vezes por semana a partir de 7 de Janeiro de 1911, passando depois a trissemanário e a diário em 1 de Março de 1914 – como «diário da manhã». Este *Echos do Minho* veio a desaparecer em 13 de Fevereiro de 1919, tendo sido seu administrador Joaquim António Pereira Vilela, irmão do director. A sua compra e consequente formação da Empresa Minho Gráfico, propriedade do periódico, obedeceu a uma resolução tomada no Congresso Católico de Dezembro de 1920 (Araújo, 1994, 15 de Abril, *Diário do Minho*: 65-85 e Oliveira, 1976: 75-81).

A estrutura do *Diário do Minho* inclui o jornal e uma gráfica, o que implicava um quadro de 44 funcionários, com um custo anual em salários que rondava os 750 mil euros. A isto ainda acresce uma empresa “filha” – a *Diminho* –, que funciona como agência de publicidade e que já assegurou a distribuição do jornal como alternativa à VASP, com mais 20 funcionários, o que elevava para 900 mil euros os gastos com o pessoal. Na estrutura financeira das receitas da empresa, a publicidade representava 50%, a gráfica 30% e as vendas do jornal 20% (Fonseca, entrevista: 12-05-2005).

O *Correio do Minho* surgiu a 3 de Janeiro de 1902, como bissemanário e órgão do Partido Progressista. Este órgão de comunicação deixou de existir em 1907, tendo reaparecido em 1926 como diário, na sequência de desentendimentos no seio do *Diário do Minho*. Em 1930 foi adquirido pela União Nacional, o partido único do Estado Novo. O jornal foi suspenso no dia imediato ao 25 de Abril, tendo voltado às bancas a 3 de Maio de 1974, como órgão do Movimento Democrático do Distrito de Braga. Na década seguinte, o Governo assinou um contrato de cessão de exploração do título à Câmara Municipal de Braga, por um período de 30 anos, depois de o jornal ter “batido no fundo” devido à falta de matérias-primas e ao não pagamento dos salários (Guimarães, s/d e Oliveira, 1976: 68-70). A Câmara Municipal de Braga decidiu, entretanto, avançar com a sua privatização, que se concretizou em 1999.

O *Correio do Minho* possui apenas a valência de jornal, contratando os serviços da Celta Artes Gráficas, em Vigo, para imprimir as suas edições, o que se traduz num quadro de pessoal relativamente pequeno, e conta com a colaboração de uma agência de meios e publicidade. Segundo o director, a empresa contava, em Maio de 2005, com 17 jornalistas – a que havia a juntar alguns colaboradores para a cobertura dos eventos desportivos ao fim-de-semana e correspondentes – e oito administrativos e pessoal da distribuição. A publicidade representava mais de 90% por cento das receitas da empresa (Guimarães, entrevista: 05-05-2005).

A par destes percursos, os dois diários têm também linhas editoriais diferentes. O *Diário do Minho* assume-se como um jornal católico, pelo que o lucro não deverá ser, à partida, a única prioridade da Igreja. Em contrapartida, o *Correio do Minho*, que está há menos de uma década na posse da Arcada Nova SA, entidade que venceu o concurso de privatização, assume que tem de ter uma postura mais comercial, de forma a ganhar receitas publicitárias e mercado, o que justifica a aposta em áreas mais vendáveis, como o Desporto.

A história dos dois jornais e as respectivas orientações editoriais reflectem-se em estruturas empresariais muito diferentes. Apesar destas realidades distintas, ambos têm apostado na criação de condições para poderem sobreviver num cenário caracterizado pela tendencial diminuição dos apoios estatais à imprensa regional e pelo acréscimo de concorrência num mercado limitado de receitas publicitárias. A profissionalização e as parcerias estratégicas têm sido os caminhos seguidos. O *Correio do Minho* faz parte de um grupo que integra a rádio *Antena Minho*, o jornal *Maria da Fonte* e a agência de publicidade Vértice. O *Diário do Minho* estabeleceu uma parceria com o *Notícias de Viana* e participa na «Rede Expresso» (Ribeiro, 2005).

O que nos interessa para este trabalho é sobretudo tentar perceber de que forma é que estas estruturas empresariais, objectivos e meios tão diferentes influenciam o dia-a-dia dos jornalistas e o «produto» que chega todas as manhãs às mãos dos leitores.

As diferenças começam, desde logo, pela organização da redacção. O *Correio do Minho* tem uma divisão por editorias: Braga, Minho, Desporto e Ensino e Juventude eram as principais aquando da realização do trabalho no terreno. Os coordenadores participavam diariamente numa reunião de direcção para analisar o jornal daquele dia e planear as próximas edições, tendo por base uma agenda onde os jornalistas colocam os temas que consideram relevantes. No *Diário do Minho*, a redacção funciona como um todo, existindo apenas jornalistas adstritos à secção de Desporto e em parte à de Religião. Os eventos que são anunciados pelas fontes são colocados em agenda por duas secretárias de redacção, excepto na área de Desporto, que tem uma agenda autónoma, elaborada pelo respectivo coordenador. A decisão de cobrir ou não determinada iniciativa depende do chefe de redacção, do editor de Desporto e do coordenador de Religião, neste caso o director.

Em ambos os diários os jornalistas trabalham, portanto, tendo como suporte uma agenda diária, com temas propostos pelas fontes ou sugeridos por eles próprios. Dado o papel fulcral que a agenda desempenha no dia-a-dia dos órgãos de informação, foi perguntado aos jornalistas do *Correio do Minho* e do *Diário do Minho* se o jornal onde trabalham tem uma agenda organizada, na qual diariamente são inscritos os acontecimentos que vão merecer tratamento jornalístico. Vinte profissionais, que correspondem a 86,95% do total dos inquiridos, responderam afirmativamente, com 12 (52,17%) a dizerem que concordam em parte com a afirmação e oito (34,78%) a manifestem total concordância com a existência de uma agenda estruturada. Três jornalistas (13,04%) discordam em parte da sua existência.

A maioria dos jornalistas concorda que os eventos que merecem cobertura jornalística têm origem em iniciativas das fontes: 11 (47,82%) concordam em parte e dois (8,69%) concordam totalmente. Três (13,04%) discordam totalmente e três (13,04%) discordam em parte. Quatro pessoas (17,39%) não manifestam concordância ou discordância acerca desta matéria.

No sentido de aprofundar esta questão, foi perguntado aos jornalistas se as fontes oficiais têm mais destaque no jornal onde trabalham. Indo de encontro ao que mostra a análise das primeiras páginas dos dois jornais, 12 jornalistas (52,17%) dizem que frequentemente essas fontes têm mais destaque e quatro (17,39%) asseguram que têm sempre mais destaque. Um jornalista (4,34%) assevera que as fontes oficiais nunca têm mais destaque e três (13,04%) que às vezes têm mais destaque. Dois profissionais (8,69%) não têm opinião e um (4,34%) não responde.

Diversas estruturas, desde o Governo até às associações ambientalistas têm vindo a desenvolver de uma maneira cada vez mais profissional um sem número de estratégias para monopolizar a atenção dos jornalistas. Por isso, muitas vezes, o dia-a-dia não vai para além disso: tratar material enviado pelas fontes e ir fazer a cobertura de acontecimentos por elas promovidos. Tivemos a oportunidade de aferir a importância dos acontecimentos de «agenda» através da análise das primeiras páginas dos dois diários do mês de Maio de 2005. Esta análise mostrou que predominam assuntos que partiram da iniciativa das fontes. Somando os dois jornais, 87 dos 313

títulos são de iniciativa dos diários ou implicaram um trabalho substancial para completar a informação (Ribeiro, 2006).

Para além disso, verifica-se que há pessoas com «lugares cativos» nas páginas dos dois jornais, quer ligadas ao poder local, ao Governo, ao desporto – com destaque para os treinadores e dirigentes de clubes de futebol – ou à hierarquia eclesiástica bracarense. Na prática, isto significa que apesar do esforço que os diários minhotos fazem para ir ao encontro das preocupações das populações, também a nível regional, as fontes oficiais acabam por criar as condições para que os cidadãos e outras entidades sem um grande grau de estruturação e especialização sejam relegados para segundo plano.

Uma diferença substancial entre os dois jornais tem a ver com a facilidade de acesso que desconhecidos têm à primeira página. O *Correio do Minho* está mais aberto a apresentar na sua página principal pessoas desconhecidas do grande público, como sejam jovens candidatas à carreira de modelo ou um senhor que memoriza matrículas de automóveis. No *Diário do Minho*, os cidadãos são referenciados na primeira página quando apresentam reivindicações com impacto público, como os pais que reclamam da falta de condições sanitárias de uma escola ou quando as pessoas se queixam do subaproveitamento e ausência de limpeza na Estação de Braga da CP, um edifício novo que foi feito com dinheiro saído do erário público.

Os dados obtidos nesta análise permitem-nos, então, confirmar as nossas duas primeiras hipóteses, que dão conta da predominância de iniciativas «agendadas» pelas fontes e do domínio das fontes oficiais. Os directores dos dois diários minhotos da altura em que foi efectuado o trabalho de campo estavam conscientes dos riscos que advêm dessa dependência. António Costa Guimarães (entrevista: 05-05-2005) afirma: “Tentamos lutar para termos a nossa agenda. Às vezes é fácil quando a agenda exterior não é tão pressionante. Quando a agenda exterior faz mais pressão, nós acabamos, pela lei do menor esforço, por deixar que a nossa agenda passe para segundo ou terceiro plano. Verifica-se muitas vezes nos meses em que os gabinetes de comunicação trabalham menos que as agendas dos jornais são melhores porque deixam de dar tanto espaço a coisas que são capazes de ser muito interessantes para determinados agentes, mas muito pouco interessantes para quem as lê. Nós procuramos de alguma forma travar isso com iniciativas editoriais próprias”.

Por seu turno, João Aguiar Campos (entrevista: 16-05-2005) considera: “Estamos a ser, nalguns momentos, bastante cumpridores de agenda, o que nos retira tempo para sermos mais cumpridores de um projecto e mais voz dos que não têm voz, mais intervenientes nalgum debate menos profundo, nalgumas questões que mereciam ser aprofundadas. Aqui vivemos uma guerra que é esta: naturalmente que as instituições que mandam as suas informações, que convocam as suas conferências de imprensa, que promovem os seus seminários, que promovem isto, que promovem aquilo, têm uma expectativa, que vamos chamar legítima, de que aquilo seja notícia. Mas um meio de comunicação, limitado nos seus meios materiais e humanos, respondendo a isto tudo, deixa de ter hipóteses de fazer quase mais nada. E por isso pode viver o drama de resumir aquilo que um conjunto de instituições querem dizer e de não dizer aquilo que o grande público precisaria de saber. É este o drama do *Diário do Minho*, como penso que o de grande parte da imprensa regional, pelo menos da imprensa regional diária”.

Confirmadas estas duas hipóteses, tentámos averiguar porque é que predominam eventos planeados pelas fontes e fontes oficiais, apesar do esforço de diferenciação dos jornais, sobretudo pelos temas que valorizam nas manchetes e nas chamadas de primeira página. O ponto de partida foi inquirir se o facto de estes dois diários privilegiarem acontecimentos de agenda e envolvendo fontes oficiais – com as características de produtividade e adequação que lhe estão associadas – se prende com a falta de meios humanos e materiais. As respostas obtidas nestas temáticas obrigam a uma

divisão entre os meios humanos e materiais, assumindo-se os primeiros como elementos fulcrais para compreender as limitações que os dois jornais têm.

Os jornalistas consideram que os meios humanos são insuficientes e dizem trabalhar mais horas do que as estipuladas. Quando questionados sobre se os jornalistas do jornal onde trabalham são suficientes para o volume de trabalho que existe, nove (39,13%) dizem discordar em parte e três (13,04%) referem discordar totalmente. Em contrapartida, dois (8,69%) concordam totalmente que os jornalistas chegam e cinco (21,73%) concordam em parte. Três (13,04%) nem concordam nem discordam e um (4,34%) não responde.

A constatação da falta de pessoal acentua-se no caso dos fotojornalistas. Interrogados sobre se os fotojornalistas chegam para cobrir os assuntos pretendidos, dez (43,47%) discordam totalmente e seis (26,08%) discordam em parte. Apenas dois (8,69%) concordam totalmente com a afirmação e três (13,04%) concordam em parte. Dois (8,69%) não concordam nem discordam.

A avaliação que os jornalistas fazem dos meios materiais varia conforme o que está em causa, havendo em alguns itens uma clara divisão entre as opiniões dos profissionais. Foi perguntado aos jornalistas se têm carro da empresa disponível quando precisam de sair em reportagem. Seis profissionais (26,08%) concordam totalmente que têm carro disponível e nove (39,13%) concordam em parte. Em contrapartida, dois (8,69%) discordam totalmente e cinco (21,73%) discordam em parte. Uma pessoa (4,34%) não concorda nem discorda.

Interrogados sobre se têm um telefone disponível na redacção sempre que precisam, os jornalistas manifestaram um elevado grau de concordância: 14 (69,86%) concordam totalmente e três (13,04%) concordam em parte, enquanto um (4,34%) discorda totalmente e um (4,34%) discorda em parte. Três pessoas (13,04%) nem concordam nem discordam e um (4,34%) não responde. Um jornalista especifica que tem telefone, mas nem sempre tem linha disponível quando precisa.

Uma questão muito menos consensual é a existência de Internet e e-mail sempre disponível nos computadores da redacção: 11 (47,82%) concordam totalmente e dez (43,47%) discordam totalmente. Esta divisão nas respostas é perceptível se tivermos em conta a realidade dos dois jornais. Aquando da realização do inquérito, os jornalistas do *Correio do Minho* tinham Internet no computador, enquanto no *Diário do Minho* o acesso à web se restringia às chefias e coordenação de redacção.

Os jornalistas manifestam insatisfação em relação aos equipamentos (computadores, programas informáticos, gravadores e pilhas) de que precisam para o seu trabalho. Quando confrontados com a afirmação “na redacção tenho os equipamentos de que preciso para o meu trabalho”, cinco (21,73%) disseram discordar totalmente e oito (34,78%) discordar em parte. Em contrapartida, cinco (21,73%) afirmaram concordar totalmente e dois (8,69%) concordar em parte. Dois (8,69%) nem concordam nem discordam e um (4,34%) não responde.

Ainda em relação aos meios materiais, foi-lhes perguntado se têm material de escritório (blocos de apontamentos, arquivos, canetas...) adequado ao seu trabalho. Dez (43,47%) concordam totalmente e três (13,04%) concordam em parte. Do lado negativo, quatro (17,39%) discordam totalmente e quatro (17,39%) discordam em parte. Duas pessoas (8,69%) não concordam nem discordam.

Os directores admitem a escassez dos recursos humanos e a profissionalização das fontes, constatando que, depois de distribuídos os jornalistas pelos serviços de agenda, não sobram profissionais para desenvolver outros trabalhos. António Costa Guimarães (entrevista: 05-05-2005) destaca que a profissionalização das fontes deu-se “principalmente nas câmaras municipais e nas grandes empresas”. “Algumas câmaras municipais têm gabinetes de comunicação que são autênticas redacções. Há muitos jornais neste país que não têm tantos profissionais de comunicação a trabalhar como várias câmaras municipais do distrito de Braga. Por muito que a gente queira resistir a essa

pressão de fornecimento de informação/promoções, alguns concelhos ou câmaras municipais acabam sempre por tirar mais benefício disso do que outros, logo a começar por ser mais fácil e por beneficiarem da pressa dos jornalistas”. Da mesma forma, João Aguiar Campos (entrevista: 16-05-2006) refere que “hoje, qualquer Câmara, qualquer instituição de segunda ou terceira categoria, tem um gabinete de imprensa, que povoam as redacções de comunicados, faxes, e-mails ou telefonemas. Isso cria uma gestão muito difícil do dia-a-dia”.

Por sua vez, os jornalistas são praticamente unânimes em afirmar que há cada vez mais material a chegar à redacção por e-mail: 20 (86,95%) concordam totalmente com a afirmação, dois (8,69%) concordam em parte e um (4,34%) não concorda nem discorda. Menos consensual é a possibilidade de o facto de o material chegar por e-mail aumentar a possibilidade de ser publicado mais rapidamente, com oito (34,78%) a responderem que isso acontece às vezes, seis (26,08%) frequentemente, quatro (17,39%) sempre e um (4,34%) nunca. Três (14,04%) não têm opinião e um (4,34%) não responde.

Podemos, então, considerar que a falta de meios humanos e materiais condiciona, de facto, a produção jornalística nestes dois jornais. “A diversificação dos *media*, a concorrência crescente e o aumento de custos de produção impõem constrangimentos pesados aos órgãos de comunicação social e incitam as direcções a imaginar políticas de informação determinadas pelos imperativos de sobrevivência e rentabilidade” (Charron *et al.*, 1991: 211). Daí que pareça óbvio que a escassez de tempo que os jornalistas têm para compilar a informação limita o seu campo de trabalho à consulta de um número reduzido de fontes que podem ser localizadas de forma rápida e fácil. É o que permite um jornalismo economicamente exequível. Quando os profissionais da informação se propõem trabalhar com fontes difíceis, como é o caso de temas de investigação sobre fraudes, corrupção ou em geral notícias que não favorecem as fontes, o seu empenhamento é mais caro e muitas vezes nem sequer chegam a conseguir publicar a matéria. De notar que muitos dos artigos analisados foram escritos de maneira mecânica, com as citações de uns e de outros, mas sem qualquer traço relativo ao ambiente ou ao que o jornalista viu no local.

IV – Uma reflexão sobre outras variáveis

Embora as limitações materiais e humanas sejam importantes para explicar o recurso a fontes oficiais e a acontecimentos de agenda – se houvesse mais pessoal haveria mais tempo para aprofundar outras temáticas – esta é uma realidade complexa na qual é preciso analisar outras variáveis. A gestão dos recursos humanos e o contexto social são factores que também podem justificar o facto de a agenda ser «dominada» por terceiros.

A questão dos recursos humanos tem de ser vista de outros ângulos, sob pena de obtermos uma leitura simplista da realidade. Em primeiro lugar, estamos perante dois grupos profissionais qualificados, que nada têm a ver com a imagem que muitas vezes está associada à imprensa regional do senhor idoso com a antiga quarta classe que lá vai escrevendo os seus artigos numa «folha de couve».

Olhando para os dados obtidos no inquérito podemos verificar que, embora cerca de 83% dos jornalistas tenham formação superior (bacharelato, licenciatura, pós-graduação e mestrado), 43,47% têm uma remuneração mensal ilíquida entre os 500 e os 749 euros, 47,82% entre os 750 e os 999 euros e 8,69% entre os 1.000 e os 1.249 euros. Estes valores traduzem, apesar da ressalva de António Costa Guimarães de que os jornalistas são quadros caros, uma política de salários baixos, especialmente quando 43,43% dos jornalistas concordam totalmente que trabalham mais horas do que o seu horário e 26,08% concordam em parte com essa afirmação. Para além disso, quando

questionados sobre se a distribuição das tarefas tem em conta o seu perfil, 21,73% discordam totalmente e 21,73% discordam em parte.

Estes podem ser factores que, para além da efectiva falta de recursos humanos, justifiquem alguma da falta de interesse na apresentação de propostas de trabalho de que falam os directores. João Aguiar Campos refere que há jornalistas com vocação para «notários», uma vez que não apresentam temas passíveis de serem desenvolvidos, enquanto António Costa Guimarães diz que “não há grandes razões de queixa”, embora sublinhe que há jornalistas mais sensíveis do que outros e que é preciso uma vigilância constante para combater os efeitos nefastos da rotina.

Não podemos deixar também de sublinhar a «incongruência» entre a vontade que os jornais têm de aumentar os artigos que tiveram origem em iniciativas dos jornalistas e o facto de não lhes ser dado tempo para poderem desenvolver as «estórias», se pedir que tratem de vários assuntos no mesmo dia e se solicitar que tirem fotografias e escrevam os textos. Um profissional afirma mesmo que não conhece – nem acredita que haja – “jornalistas em Braga que tenham «perdido» dois dias só a pesquisar sem escrever uma única linha”. Sintomático é que outro dos inquiridos diga que os jornalistas “não têm tempo para esse «luxo»”, que é o jornalismo de investigação.

Esta questão é particularmente pertinente porque os jornalistas têm uma imagem positiva das suas capacidades: 65,21% concordam totalmente que conseguem desenvolver temas por iniciativa própria se as chefias não lhes destinam qualquer trabalho e 30,34% concordam em parte, para além de 21,73% concordarem totalmente que têm uma carteira de fontes que lhes permite trabalhar diariamente com autonomia em relação à agenda do jornal e 52,17% concordarem em parte.

Em relação ao contexto social, é importante destacar o facto de os jornalistas se moverem num meio relativamente pequeno, onde, nas palavras do ex-director do *Diário do Minho*, todos são “primos e primas”, e onde, segundo o antigo responsável pelo *Correio do Minho*, predominam a Câmara Municipal de Braga e a Igreja. Este circuito «fechado» não é o ambiente propício para o desenvolvimento de um jornalismo de investigação, especialmente por empresas sem grande dimensão. Os interesses cruzados levam a que, tal como salientam os jornalistas, haja “algumas denúncias, às vezes suportadas sobretudo por estruturas partidárias, mas que acabam por não levar a nada” ou “factos que não se revelam mais cedo por uma questão de proximidade com as fontes”.

Os dois directores dos diários minhotos em exercício em 2005 referiram que não há jornalismo de investigação em Braga, repartindo as culpas pelos órgãos de comunicação social e pelo meio onde eles se inserem. O director do *Correio do Minho* (entrevista: 05-05-2005) argumenta, por um lado, que em Braga “existe uma cultura do segredo. O que não é sabido não é pecado e o que não é noticiado não existe”. Por outro, diz que a cidade é “dominada pela Câmara Municipal e pela Igreja” e que “a sociedade civil não existe”. Mas, em seu entender, a ausência de investigação deve-se, fundamentalmente, ao facto de os jornais não terem “meios financeiros, nem auto-suficiência económica para se poderem aventurar nessa área do jornalismo”.

Já João Aguiar Campos (entrevista: 16-05-2005) destaca “a sobrecarga ou a falta de meios humanos com que as redacções se debatem” e a existência de “um conjunto de assuntos cuja abordagem exige maturidade, que algumas redacções não têm. [É preciso maturidade] para haver a coragem de tratar um conjunto de assuntos na aldeia onde são todos primos e primas”. “Braga, sob este ponto de vista, é uma aldeia. São todos primos e primas e quando um jornalista começa a mexer naquela esquina, afinal dali a uma hora...” (Campos, entrevista: 16-05-2005).

A proximidade – que é uma mais-valia dos órgãos de informação locais e regionais – acaba por ser também um constrangimento para o desenvolvimento da actividade jornalística. Por um lado, estabelecem-se relações com as fontes que aconselham a alguma cautela na hora de divulgar uma informação porque se pode fechar definitivamente uma porta importante para outras «estórias» e com a qual o jornalista se pode cruzar ao virar da esquina. A realidade dos diários minhotos vai de

encontro ao cenário traçado por José Ricardo Carvalheiro (1996: 5) e Victor Amaral (2006: 6), que sublinham que a questão do trabalho jornalístico é ainda mais delicada na imprensa regional dada a proximidade dos diferentes actores envolvidos. “Para os *media* locais há outras dificuldades em controlar o poder político. Quem é que fornece ao jornalista informações sobre as irregularidades dos políticos? Na maioria das vezes são outros políticos. Num meio pequeno chega a haver um autêntico trabalho de malabarista, com o jornalista à procura de delicados equilíbrios em que seja possível não hostilizar as fontes – sob pena destas «secarem» – sem deixar de noticiar os factos” (Carvalheiro, 1996: 5).

Por outro lado, existe a legítima expectativa por parte das instituições locais/regionais – que normalmente não têm recursos que lhes permitam ter cobertura por parte dos *media* nacionais – de que os meios de comunicação da «terra» lhes dêem ouvidos. Isso traduz-se – numa altura em que se regista a profissionalização das estruturas de comunicação, sendo as câmaras municipais da região Minho um bom exemplo disso, como demonstrou Cláudia Costa (2004) – na multiplicação de eventos e de comunicados, que fazem com que a agenda diária fique, regra geral, suficientemente preenchida para «ocupar» todos os jornalistas, cujas redacções vêem assim limitada a sua margem de iniciativa. Essa demonstração da expectativa de cobertura jornalística de diversas iniciativas – e simultaneamente uma forma de pressão sobre os meios de comunicação – nota-se no telefonema em cima do horário marcado a perguntar se o jornalista já está a caminho e no compasso de espera até que ele chegue ao local, se for caso disso.

Contudo, não se pode escamotear que – tal como é afluído pelos directores – há uma dimensão sócio-cultural dos jornalistas que acaba também por facilitar a vida às fontes, que ficam satisfeitas quando os dois jornais se mantêm ocupados a fazer a cobertura das suas iniciativas. O exemplo a destacar é o do profissional que, questionado sobre se há jornalismo de investigação em Braga, diz que “os grandes centros de decisão passam por Lisboa e Porto” e que aos jornalistas das outras áreas “resta trabalhar o dia-a-dia” ou o de outro colega que considera que a cidade “é muito pequena para este tipo de jornalismo”, do que se depreende que nem vale a pena tentar.

No contexto regional há que considerar igualmente o aspecto da concorrência entre jornais com o mesmo âmbito geográfico. Se um dos diários não estiver presente numa conferência de imprensa porque os jornalistas estavam a fazer outros trabalhos ainda passa a ideia de que se «perdeu espaço» para a concorrência. Outro ponto diz respeito aos imperativos económicos, nomeadamente de captação de publicidade. Uma vez que muitas das instituições da região são anunciantes ou potenciais anunciantes dos dois jornais, elas não podem ser hostilizadas do ponto de vista informativo. Num cenário de concorrência, a “primeira regra consiste em não aborrecer os anunciantes actuais ou potenciais com uma cobertura jornalística polémica; pelo contrário, é preciso procurar satisfazê-lo, em alguns casos, confundindo informação e publicidade nas publireportagens e em cadernos especiais” (Charron *et al.*, 1991: 212).

V - Bibliografia

- Alves, Aníbal (1997). “Condicionalismos do Processo Informativo na Comunicação Social Regional”, *in O Processo Informativo na Comunicação Social Regional e Local*. Comunicações dos Colóquios realizados em 1997. Lisboa: Alta Autoridade para a Comunicação Social,
- Amaral, Victor (2005). “Imprensa regional e políticas da comunicação: situação geral no quadriénio 1999-2002”. Braga: *Comunicação e Sociedade*, volume 7, pag. 181-194
- Amaral, Victor (2006). *Temas e fontes na imprensa regional da cidade da Guarda*. Dissertação de mestrado. Braga: Universidade do Minho

- Araújo, Domingos da Silva (1994, 15 de Abril). "Apontamentos para a História do Jornal *Diário do Minho*". *Revista Comemorativa do 75.º aniversário do Diário do Minho*. Braga: *Diário do Minho*
- Bareme Imprensa Regional - Estudos da Marktest Bareme Imprensa Regional
- Camponez, Carlos (2002). *Jornalismo de proximidade*. Coimbra: Minerva
- Carvalho, José Ricardo (1996). *Os media e os poderes locais*.
http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=31 [acesso em Junho de 2007]
- Charron, Jean; Lemineux, Jacques, Sauvageau, Florian (1991). *Les Journalistes, Les Médias et Leurs Sources*. Québec: Morin Editeur
- Coelho, Pedro (2003). *A TV de proximidade e os novos desafios do espaço público*. Dissertação de mestrado. Lisboa: Universidade Nova
- Correia, João Carlos (1997). *O espaço público e a indústria jornalística: comunicação regional, acção social e interacção*. Dissertação de mestrado. Covilhã: Universidade da Beira Interior
- Costa, António Jacinto (2005). *Imprensa regional: estado da arte e presença web*. Dissertação de mestrado. Porto: Universidade Fernando Pessoa
- Costa, Cláudia (2004). *O impacto das câmaras municipais na imprensa regional – um olhar sobre os dois jornais diários da cidade de Braga*. Dissertação de mestrado. Braga: Universidade do Minho
- Costa, Cláudia (2005b). "Influência da comunicação municipal na imprensa regional". Braga: *Comunicação e Sociedade*, volume 8, pag. 73-82
- Decreto-Lei n.º 106/88 de 31 de Março
- Duarte, Feliciano Barreiras (2005). *Informação de proximidade*. Lisboa: Âncora Editora
- Faustino, Paulo (org) (1999). *A imprensa primeiro – contributos para a liderança da imprensa em Portugal*. Lisboa: Associação da Imprensa Não Diária]
- Ferreira, Paulo (2005). "O custo das não-decisões na imprensa regional local e regional em Portugal". Braga: *Comunicação e Sociedade*, volume 7, pag. 153-180
- García, Xosé López e Cruz, X. A. (2000). "Los medios locales ante los desafíos de la red". *Revista Latina de Comunicación Social*, número 32, Agosto de 2000, La Laguna (Tenerife)
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/y32ag/65xose.htm> [acesso em Junho de 2007]
- García, Xosé López (2000). "La comunicación del futuro se escribe con L de local". *Revista Latina de Comunicación Social*, número 34, Outubro de 2000, La Laguna (Tenerife)
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/w34oc/41xose.htm> [acesso em Junho de 2007]
- García, Xosé López (2002). "Repensar o jornalismo de proximidade para fixar os *media* locais na sociedade glocal". Braga: *Comunicação e Sociedade*, vol. 4, pag. 199-206
- Guimarães, António da Costa (s/d). *Correio do Minho em "corpo inteiro"*
- Guimarães, António da Costa (1997). "Prática Informativa na Comunicação Social Regional e Local", in *O Processo Informativo na Comunicação Social Regional e Local*, Comunicações dos Colóquios realizados em 1997. Lisboa: Alta Autoridade para a Comunicação Social
- Incentivos à comunicação social – dados do Instituto da Comunicação Social referentes a 1999, 2000, 2001, 2002, 2003 e 2004 <http://www.ics.pt/index.php?op=cont&area=80> [acesso em Junho de 2007]

- López, Xosé, Galindo, Fermín e Villar, Manuel (1998). El valor Social de la información de proximidad. *Revista Latina de Comunicación Social*, número 7, Julho de 1998, La Laguna (Tenerife) <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/68xose.htm> [acesso em Junho de 2007]
- Mathien, Michel (1983). *La presse quotidienne régionale*. Paris: Presses Universitaires de France
- Oliveira, A. Lopes (1976). *A imprensa bracarense*. Braga: Editora Pax
- Ribeiro, Luísa Teresa (2003). *A relação entre as fontes e os jornalistas – o caso do Diário do Minho*. Monografia de licenciatura. Braga: Universidade do Minho
- Ribeiro, Luísa Teresa (2005). “Impacto das políticas para a imprensa regional nos dois diários regionais com sede em Braga”, in *Livro de Actas do 4.º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação*, editado em CD-ROM, pag. 725-736
- Ribeiro, Luísa Teresa (2006). “Os actores da imprensa regional: análise dos dois diários do Minho”, in *Livro de Actas do Congresso Internacional Lusocom 2006*, editado em CD-ROM. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela Publicacións, pag. 4806-4827
- Santos, Rogério (1997). *Negociação entre Jornalistas e Fontes*. Coimbra: Minerva
- Sousa, Jorge Pedro (2002). *Comunicação regional e local na Europa Ocidental – Situação geral e os casos português e galego*. http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=13 [acesso em Junho de 2007]