



Cátia Rodrigues

A rotina de um jornal regional num mundo digital

Escola Superior de Educação e Comunicação

2025



Cátia Rodrigues

A rotina de um jornal regional num mundo digital

Mestrado em Comunicação e Media Digitais
Relatório de Estágio realizado no jornal Sul Informação
efetuado sob a orientação da Professora Doutora Ana Filipa Martins

Escola Superior de Educação e Comunicação

2025

Declaração de autoria do trabalho

Declaro ser autora deste trabalho, que é original e inédito. Autores e trabalhos consultados estão devidamente citados no texto e constam da listagem de referências incluída.

Faro, 18 de março de 2025

A candidata,

Cátia Rodrigues

A Universidade do Algarve reserva para si o direito, em conformidade com o disposto no Código do Direito de Autor e dos Direitos Conexos, de arquivar, reproduzir e publicar a obra, independentemente do meio utilizado, bem como de a divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição para fins meramente educacionais ou de investigação e não comerciais, conquanto seja dado o devido crédito ao autor e editor respetivos.

Agradecimentos

À **Elisabete Rodrigues** por me ter aceitado no Sul Informação. Pelo seu profissionalismo, dicas e paciência para me ensinar e corrigir o que estava errado. Ao **Hugo Rodrigues**, o meu supervisor de estágio no jornal, pela paciência em me chamar à atenção em algumas tarefas que não fazia tão bem, pela paciência em arranjar trabalho, ou até mesmo para assinar os meus relatórios semanais.

A toda a equipa do **Sul Informação** que me deu conselhos para que eu pudesse melhorar os meus textos, as minhas capacidades e as minhas fotografias.

À **Universidade do Algarve**, por ter apostado em mim ao ingressar no mestrado em Comunicação e Media Digitais. Aos professores, pelos seus ensinamentos e orientações, em particular à professora **Ana Filipa Martins**, por ter respondido a todas as minhas dúvidas e me ter orientado, e ao professor **Paulo Falcão** por ter sido um docente exemplar e que soube tirar todas as dúvidas e ensinar com convicção.

Aos meus amigos, em particular à **Ana Vicente**, à **Jéssica Mestre** e ao **Nandito Silva**, por me terem apoiado, terem motivado, dado companhia e me terem distraído nos momentos de maior desmotivação quando saía do trabalho, na fase em que parecia que não estava a correr nada bem e eu precisava de estar bem para não desistir e para continuar.

Um grande agradecimento à minha **família**, sobretudo à Paula Rodrigues, a minha mãe, António Rodrigues, o meu pai, Paula Cristina Rodrigues, a minha tia, e Hugo Rodrigues, o meu irmão. Eles foram a minha maior motivação para continuar. Ir a casa trazia-me sempre muito mais força para continuar. Tenho que agradecer pela paciência por ouvirem os meus desabafos, não me deixarem cair, nunca desistirem de mim, ajudarem-me financeiramente e tentarem sempre puxar-me para cima. Foram eles as peças fundamentais para o meu puzzle, para que eu pudesse estar a escrever este relatório.

Resumo

Nas últimas décadas, a tecnologia tem evoluído numa velocidade crescente. Se a rádio, os jornais e a televisão marcaram o século XX, as redes sociais e os dispositivos móveis, como o computador portátil, o telemóvel ou o *tablet*, marcaram a forma como comunicamos no século XXI. Com a evolução, a crescente preocupação ambiental e a tendência dos mais novos (e não só) de aderirem às últimas novidades, os meios de comunicação ditos tradicionais sentiram a necessidade de se renovarem e de se adaptarem ao mundo digital para que não perdessem públicos.

São várias as empresas que, ultimamente, têm vindo a fazer essas transições e mudanças. Este relatório destaca o caso do jornal algarvio Sul Informação, através do relato da experiência de estágio curricular.

Este jornal foi um caso que não ficou atrás no avanço tecnológico, muito pelo contrário, nasceu em pleno crescimento do uso dos telemóveis e *tablets*. Criado em 2011, tornou-se um jornal online de referência no Algarve e Baixo Alentejo. *Online*, desde sempre, porque os seus fundadores já não viam um futuro no jornal impresso e, sabendo do crescimento do uso das redes sociais, aderiram, desde logo, ao Facebook, Instagram e Twitter.

O futuro está *online*. No contexto atual, que mudanças têm feito os meios de comunicação para se aproximarem dos seus espetadores/leitores? Quais os esforços que o Sul Informação tem feito para se aproximar dos seus leitores e se posicionar como jornal de referência na região? Quais as suas estratégias? Como é fazer um jornal regional num mundo digital?

Palavras-Chave: Jornal; *Online*; Estratégia; Redes Sociais; Jornalismo de Proximidade.

Abstract

In recent decades, technology has evolved at an ever-increasing rate. If radio, newspapers and television marked the 20th century, social networks and mobile devices such as laptops, cell phones and tablets, at the 21st century are being used increasingly. With evolution, growing environmental concerns and the tendency of young people (and others) to embrace the latest innovations, the so-called traditional media have felt the need to renew themselves and adapt to the digital world so that they don't lose their audiences.

Several companies have recently been making these transitions and changes. This report highlights the case of the Algarve newspaper Sul Informação, through an account of the internship experience.

This newspaper has not lagged behind in terms of technological advances; on the contrary, it was born at the height of the growth in the use of cell phones and tablets. Created in 2011, it has become a leading online newspaper in the Algarve and Baixo Alentejo. It has always been online because its founders no longer saw a future for the printed newspaper and, knowing the growth in the use of social networks, they immediately joined Facebook, Instagram and Twitter.

The future is online. In the current context, what changes have the media made to get closer to their viewers/readers? What efforts has Sul Informação made to get closer to its readers and position itself as a newspaper of reference in the region? What are its strategies? What is it like to produce a regional newspaper in a digital world?

Keywords: Newspaper; Online; Strategy; Social Networks; Proximity Journalism

Índice

1.	Introdução.....	9
2.	O que é o jornalismo?	10
2.1	Jornalismo em Portugal	14
2.2	Ser jornalista	21
2.3	Valores-notícia	22
2.4	Fontes jornalísticas	23
2.5	A Reportagem	25
2.6.	A Fotografia	27
2.7.	Fotojornalismo	29
3.	A Internet e os jornais: ciberjornalismo	32
3.1	Ciberjornalismo em Portugal	37
3.2	Incentivos do Estado à comunicação social.....	40
4.	A imprensa regional e local em Portugal.....	43
4.1.	Imprensa no Algarve	45
4.2.	Jornais portugueses regionais no mundo digital: o caso do Algarve	47
4.3.	O futuro do jornalismo português.....	50
5.	O Sul Informação.....	52
5.1.	Equipa do Sul Informação	54
5.2.	Porquê o Sul Informação? Experiência e análise: rotinas de uma redação	56
6.	Grau de consecução dos objetivos propostos	69
7.	Reflexão global sobre o estágio	71
8.	Conclusão	74
9.	Bibliografia.....	77
10.	Anexos.....	81

Índice de Ilustrações

Figura 1- Corpo de texto da reportagem do Banco Alimentar	61
Figura 2- Reportagem do Banco Alimentar	62
Figura 3- Feira da Serra, em Loulé.....	63
Figura 4- Festival do Órgão, em Faro	64
Figura 5- Site do Sul Informação	65
Figura 6- Reportagem sobre a Associação Cabanas da Meia-Noite	66
Figura 7- Reportagem da Associação Cabanas da Meia-Noite (cont.)	66
Figura 8- Reportagem sobre a padaria "Mr. Portuguese"	67
Figura 9- Newsletter de 8 de fevereiro de 2023	68
Figura 10- Chatbot do Sul Informação	68
Figura 11- Limpeza do mar em Armação de Pêra.....	73
Figura 12- Reportagem sobre o Banco Alimentar	81
Figura 13- Reportagem sobre a padaria "Mr. Portuguese"	81
Figura 14- Reportagem da Associação Cabanas da Meia-Noite	82

1. Introdução

A transição para a era digital tem transformado a forma como consumimos ou produzimos as notícias ou qualquer conteúdo informativo.

No meio de tanta atualização na sociedade, quer os jornais regionais quer os nacionais têm que encontrar formas de sobreviver e de reinventarem para continuarem a existir e a cumprir o seu papel importante de comunicar com a comunidade.

A rotina de um jornal regional no mundo digital reflete a integração de práticas tradicionais de jornalismo com a adaptação para as plataformas digitais. Reportagens, coberturas de eventos, apuração de notícias, edição de conteúdos, tem tudo sido num ambiente mais digital e em evolução.

É importante que os jornais regionais se possam adaptar às tecnologias, arranjar uma forma de envolver os leitores e fornecer notícias originais, precisas e relevantes.

O presente trabalho com o título “A rotina de um jornal regional no mundo digital” procurou explorar a evolução do jornalismo, como surgiu e a sua história desde as primeiras publicações, revela como é ser um jornalista na atualidade e os códigos que tem que seguir, os incentivos à comunicação social que já têm sido feitos, aborda a imprensa regional, a sua importância e retratamos o caso algarvio, retratamos o surgimento do *webjornalismo* em Portugal, o futuro do jornalismo, o surgimento das redes sociais e a adaptação dos jornais e, por fim, o caso do jornal algarvio Sul Informação, as tarefas diárias, as suas características e como foram os desafios de estagiar no jornal.

Em termos metodológicos, para além da revisão de literatura sobre temas relacionados com o que se pretendia investigar, este relatório tem por base a realidade vivida longo de sete meses de estágio curricular, ou seja, a experiência e aprendizagens adquiridas. Esta abordagem qualitativa sustentou-se, pois, na experiência nas leituras, na investigação, nos ensinamentos transmitidos no contexto do estágio.

2. O que é o jornalismo?

O jornalismo é uma atividade profissional e social dedicada à recolha, produção e difusão de informações de interesse público. Essa função é desempenhada através de diversos meios de comunicação- rádio, imprensa escrita, televisão e, mais recentemente, plataformas digitais- e visa garantir que os cidadãos estejam informados sobre acontecimentos relevantes para a sociedade.

A principal estrutura e função do jornalismo é a notícia. Embora os jornais e os outros meios incluam reportagens, crónicas, artigos de opinião, ilustrações e fotografias, é a notícia que representa o seu núcleo fundamental. Afinal o que é uma notícia? «Uma notícia é algo novo, interessante e onde se descreve um acontecimento verdadeiro numa plataforma digital ou em formato papel». (Rodrigues, Dionísio, & Neves, 1983, p. 156). Assim, o jornalismo constrói-se sobre o compromisso de narrar factos verificáveis, obedecendo a critérios de rigor, imparcialidade e atualidade.

Atualmente esta área vive muito da publicidade, apesar de esta não tirar a sua independência na área. Como referem os autores, «para muitos jornais, e sobretudo para as revistas periódicas, a publicidade ultrapassa 80% das receitas totais, tornando assim muito fraca a sua existência» (Rodrigues, Dionísio, & Neves, 1983, p. 18)

Sabemos que se trata de uma atividade muito antiga, mas só é possível executá-la livremente nas sociedades democráticas, como Portugal, num contexto em que a população possa tomar decisões conscientes e não sob a pressão de qualquer regime ou governo.

Com a introdução da telegrafia e o advento dos caminhos-de-ferro, por exemplo, o tempo entre a ocorrência dos factos e a sua divulgação encurtou drasticamente. Como salienta Crato (1986), «o que antes demorava dias, semanas ou meses a ser conhecido, passou a estar ao alcance dos jornais em horas e minutos» (pp. 46-47). Estas inovações técnicas impuseram aos jornais diários o ritmo acelerado das grandes cidades, inaugurando uma nova era para a imprensa.

A comercialização dos jornais começou a valorizar a notícia e a partir daqui esta área desenvolveu-se gradualmente, pelo menos até ao século XX, época em que os meios de

comunicação social surgiram (Crato, 1986, pp. 21-31).

O jornalismo conquistou a independência económica e política, através de um modelo de negócio que se sustentava na publicidade e nas vendas. Foi notória a evolução da qualidade gráfica e da imagem, com grande mérito para a invenção da máquina fotográfica, “olhos” que refletiam a realidade da sociedade.

Do ponto de vista teórico, o jornalismo não é apenas uma prática, mas também um campo de estudo que tem sido objeto de diversas abordagens. Mauro Wolf (1992) sistematiza várias correntes teóricas que marcaram a análise dos media e da comunicação de massas. Entre elas, destaca-se a teoria hipodérmica, a teoria funcionalista das comunicações de massa, a teoria crítica dos *mass media*, a teoria culturológica, os *cultural studies*, entre outras teorias da comunicação.

A teoria hipodérmica reflete-se nos meios de comunicação que exerciam um efeito direto e uniforme sobre o público. Esta teoria surgiu no contexto do reforço dos regimes totalitários e do desenvolvimento tecnológico das primeiras décadas do século XX.

Nelson Traquina (2000) explica que, de acordo com este modelo, «cada indivíduo é um átomo isolado que reage isoladamente às ordens e às sugestões dos meios de comunicação de massa monopolizados» (p. 15).

A teoria hipodérmica relaciona-se também com o modelo de comunicação proposto por Lasswell, que descreve o processo comunicativo através das perguntas: Quem? O que? Através do que? E com que efeito? Estas perguntas viriam a influenciar a construção do *lead* jornalístico- o parágrafo inicial de uma notícia- que deve condensar os elementos essenciais da informação.

Esta teoria estava ligada ao termo behaviorista e descrevia a ação comunicativa como uma relação automática de um estímulo e resposta, reduzindo a dimensão subjetiva da escolha a favor do carácter manipulável do indivíduo e reduzindo a ação humana a uma relação de causalidade linear.

As teorias das comunicações de massa representam uma etapa importante na crescente e progressiva orientação sociológica da *communication research*. O objetivo da teoria funcionalista era «articular as funções e as disfunções latentes e manifestas das transmissões jornalísticas informativas, culturais e de entretenimento, respeitantes à sociedade aos grupos, ao indivíduo e ao sistema cultural» (Wolf, 1992, p.57).

A teoria crítica contrapõe-se à *communication research*, pretende ser o oposto da teoria anterior e a teoria culturoológica é caracterizada pelo estudo da cultura de massa. Esta abordagem distingue os seus elementos antropológicos mais relevantes e a relação entre o consumidor e o objeto de consumo. O objeto de análise é procurar uma definição da nova forma de cultura da sociedade contemporânea (Wolf, 1992, p.107).

Por último, falamos das teorias comunicativas: modelo comunicativo da teoria da informação, semiótico-informacional e semiótico-textual.

O primeiro modelo tem como objetivo melhorar a velocidade de transmissão de mensagens, diminuir as suas distorções e aumentar o rendimento geral do processo de transmissão de informação. A transferência de informação ocorre da fonte para o destinatário, ao passo que a transferência da energia se dá do transmissor para o recetor. Este é o modelo de Shannon. O segundo modelo é semelhante ao primeiro, mas considera fatores semânticos e o conceito de código, que garante a possibilidade de transformação de um sistema para outro. Esta definição foi dada por Eco e Fabbri (Wolf, 1992, p.107).

O último modelo representa um instrumento mais adequado para a interpretação de problemas específicos da comunicação de massa, ou seja, descreve, em termos semióticos, características estruturais da comunicação de massa. Na troca comunicativa constrói-se uma relação de comunicação em torno de conjuntos de práticas textuais (Wolf, 1992, p.107).

Além destas, podemos, ainda, mencionar a teoria do agendamento (agenda-setting), que estuda a forma como os media influenciam a perceção pública da importância dos temas. Esta abordagem articula-se em três níveis: a agenda pública (perceção do público) e a agenda política (prioridades do governo).

Segundo Traquina (2000), esta teoria representa um «regresso à problemática dos efeitos mediáticos», após um período de desencanto com as investigações anteriores (p. 16).

Estas abordagens teóricas tiveram um contributo muito grande para compreender aquilo que é o jornalismo na atualidade, pois os jornais só recebem o contributo através dos seus consumidores (leitores), as informações vão para os seus leitores, têm que se organizar de modo a fazerem uma boa notícia e dar um bom *lead* para que as pessoas se possam interessar em ler.

As melhorias fizeram com que a comunicação social e o próprio jornalismo se tornassem

atualmente num “quarto poder”, ficando lado a lado com os poderes legislativo, executivo e judicial (Traquina, 2001, p. 27).

E porque que tem esse título de “quarto poder”? Por ajudar a construir um discurso mais credível, factual e verificável. E quem vigia este poder? A regulação da comunicação social em Portugal está a cargo da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (<https://www.erc.pt/pt/?op=404>) e órgãos como o Conselho Deontológico, do Sindicato dos Jornalistas (<https://jornalistas.eu/>), a Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (<https://www.ccpj.pt/>) fazem um acompanhamento das práticas profissionais.

Antes este “peso” era carregado pelo jornalismo tradicional, mas, em pleno ano 2025, a função passou para as redes sociais, meios que têm fornecido as informações de uma forma mais rápida.

2.1 Jornalismo em Portugal

Em Portugal, a imprensa desenvolveu-se com alguns atrasos comparativamente com os outros países da Europa.

José Manuel Tengarrinha, citado por Adriano Duarte Rodrigues (1999), distingue três períodos da história da imprensa portuguesa:

1^a época: os primórdios da imprensa periódica portuguesa (da Gazeta, de 1641, à Revolução de 1820); 2^a época: imprensa romântica ou de opinião (da Revolução de 1820 a fins do terceiro quartel do século XIX); 3^a época: a organização industrial da imprensa (desde o último quartel do século passado aos nossos dias (p. 49).

Adriano Duarte Rodrigues (1999) acrescenta que a última época devia ser dividida em duas partes. Uma parte seria a organização industrial da imprensa (último quartel do século XX até aos anos 80), a outra parte seria a atualidade, que sucede a informação ou a passagem da imprensa para o digital (p. 49).

A primeira folha noticiosa que apareceu, em Portugal, foi a “Relação Universal do que Sucedeu em Portugal e Mais Províncias do Ocidente e Oriente, de Manuel Severim de Faria. A primeira foi publicada em Lisboa, a 1626 (Crato, 1986, p. 32).

Ao longo dos anos, foram surgindo outras publicações que informavam sobre acontecimentos do País e do estrangeiro. Entre 1640 e 1643 houve uma grande vaga de folhas manuscritas com notícias avulsas de Portugal e de vários países, em geral vindas de gazetas das línguas francesa e italiana (originais ou traduzidas). Todas elas eram o único meio de informação que transmitia notícias do país e do estrangeiro.

Nos finais do século XV, surgiram as folhas noticiosas não periódicas, publicações essas que se assemelhavam à imprensa que conhecemos, através das informações detalhadas, pela atualidade e pelo sensacionalismo.

A primeira de que se tem conhecimento é a “Relação do Lastimoso Naufrágio da Nau Conceição Chamada Algaravia a Nova de Que Era Capitão Francisco Nobre a Qual se Perdeu nos Baixos de Pero dos Banhos em 22 de agosto de 1555”, impressa em Lisboa, na oficina de António Álvares, em 1556 (Rodrigues, 1999, p. 49).

Os almanaques foram um novo género de meio de informação, que surgiu em 1448 em vários países europeus, mas estes não tinham carácter jornalístico. Em Portugal surgiu, em 1496, o “Almanach Perpetuum”, escrito por Abraão Zacuto em hebraico e traduzido para latim por José Vizinho. No século XVI aparecem os reportórios. O primeiro em território português foi impresso em Braga, por Beltrão da Rocha em 1519. Estas publicações falavam sobre astros, signos, informações religiosas, calendários e a relação dos dias santos de guarda, conselhos práticos e entre outros (Tengarrinha, 1989, pp. 27-31). Os reportórios tiravam partido do progresso da tipografia, da melhoria das comunicações e do crescimento do interesse do público pela notícia.

A primeira publicação impressa mensal regular surgiu em 1641. A primeira Gazeta portuguesa surgiu como forma de instrumento de mobilização de D. João IV, sobretudo da burguesia nascente, para a dupla tarefa de restauração da independência e da luta contra o colaboracionismo da aristocracia, favorável à ocupação filipina. Era uma publicação dependente do rei (Rodrigues, 1999, p. 50).

Mesmo com condições favoráveis após a Restauração, a primeira gazeta portuguesa ainda se encontrava sob regras de censura da carta de Filipe II e confirmadas por D. João IV pela Lei de 29 de janeiro de 1643. Com a censura, não era permitido a impressão de um livro sem a permissão do rei. Alguns meses depois do início da Gazeta, a 19 de agosto de 1642, surgiu a lei que as proibia. Estas leis também eram para as notícias avulsas, visto que só havia uma gazeta na altura. A lei foi suspensa. Quando reapareceu em outubro, deixou de publicar notícias internas. Em setembro de 1647 foi cessado a Gazeta, foram postas em circulação algumas folhas volantes sobre a guerra da independência, até 1663.

O primeiro jornal diário, o Diário Lisbonense, de Estêvão Brocard, apareceu em 1809, com apenas quatro anos de existência. A “Gazeta de Lisboa” apareceu depois, sendo a primeira deste género publicado diariamente (Sousa & Lima, 2021, p. 64).

O primeiro jornal criado no período pombalino foi o “*Amusement périodique. Discours historiques, politiques, moraux, littéraires et critiques*” (1751), redigido por Francisco Xavier de Oliveira. Depois deste, muitos vieram a seguir, tal como é o exemplo de “O Anónimo” (1752-1754).

Durante os 26 anos de governo pombalino foram criados 15 periódicos que divulgaram a cultura, utilidades, diversão (8): Anónimo, Amusement périodique, O Oculto Instruído, Academia dos Humildes, Tardes de Maio, Semanas Proveitosas, Palestra Admirável e História Universal. Noticiosos (3): Lisboa, Gazeta Extraordinária de Londres, Hebdomadário Lisbonense. Literários (2): Gazeta Literária e Postilhão de Apolo. Ciência (1): Diário Universal. E histórico (1): Sonho Lembrado (Tengarrinha, 1989, p. 57).

Para além da divulgação de notícias sobre a cultura e outros temas, havia a secção divertida, pois com a severidade do governo pombalino, a população tinha que se refugiar na fantasia.

A Gazeta Literária, lançada em 1761 por Francisco Bernardo Lima, marcou o início do jornalismo literário em Portugal. Entre 1749 e 1807, proliferaram publicações especializadas: 11 jornais literários e musicais, sete científicos, seis históricos, três comerciais, dois de agricultura e um feminino (Tengarrinha, 1989, p. 58).

Durante as invasões francesas, as publicações de notícias foram reduzidas. O único sobrevivente em Portugal era a “Gazeta de Lisboa” (obrigado a substituir no cabeçalho as armas reais portuguesas por águia francesas, por ordem de Junot). Na produção havia atrasos e a matéria na sua maioria era sobre informações de folhas estrangeiras.

Entre 1808 e 1809, havia um ambiente de tensão e de resistência contra os franceses, enquanto se fundava novos periódicos anti napoleónicos clandestinamente impressos no país ou entrado nele de forma discreta.

Na segunda invasão francesa, em 1809, criaram-se 24 periódicos, para que houvesse uma efervescência e a combatividade da opinião pública. Isto só foi possível devido à liberdade que os poderes políticos deram à imprensa (Tengarrinha, 1989, p. 61).

O violento ato repressivo da Setembrizada (1810), em que o governo prendeu meia centena de pessoas, suspeitos de ideias liberais e “afrancesados”, a pretexto da imaginária conspiração, significou uma tolerância, que durou pouco tempo. Os poderes públicos permitiram a expressão de ideias. A verdade é que entre a segunda e a terceira invasão os poderes portugueses davam evidentes mostras de preocupação pela reprodução de jornais a que se assistia.

Até ao fim das invasões, assistia-se a muitas proibições e restrições sobre os jornais, e nada voltaria a ser o mesmo.

No começo do século XX, em Portugal, eram 80% os analfabetos entre a população. Com este fator, o governo constitucionalista promoveu o primeiro programa de reforma no ensino (Rodrigues, 1999, p. 53).

Com o passar do tempo, esse número de analfabetos diminuiu e aumentou o número de alfabetizados, sobretudo os mais jovens, com a ajuda das instituições particulares. Estes dados contribuíram para o alargamento do público na imprensa e provocou o aumento das tiragens.

Apesar das limitações impostas nas publicações, os periódicos apresentavam maior dinamismo e maior atenção no tratamento dos assuntos nacionais.

A imprensa de primeira emigração teve influência na divulgação das ideias liberais e na preparação de círculos políticos para a Revolução de 1820. Esta também ajudou na luta pelos valores do Homem, da liberdade e no contacto com os centros culturais mais evoluídos da Europa (Tengarrinha, 1989, p. 99).

O jornalismo, durante vários séculos, sofreu censuras, modificações com a Revolução de 1820, problemas nas Cortes, com o programa vintista de reforma da instrução pública, diversas limitações nos anos de 1834, período de vigência da Carta Constitucional, sob o miguelismo em 1828, um jornalismo de segunda emigração, sob a regência de D. Pedro, houve a fase do romantismo, movimentos jornalísticos após 1834 ao ponto de surgir novas características dos jornais, as perseguições após 1840, sob o cabralismo, a imprensa ilegal durante a guerra civil, houve a fase do panfletarismo, o jornalismo literário de alcance político, a Lei das Rolhas e a época da Regeneração.

Mesmo antes de chegar ao que é hoje, é legítimo de se destacar um momento importante para a imprensa portuguesa: a primeira lei de liberdade de imprensa.

A 12 de julho de 1821, com a rubrica e guarda de D. João VI, foram determinados os princípios sobre a liberdade de imprensa a partir de artigos. Foi, assim, abolido a censura prévia pela primeira vez e estabeleceu-se a liberdade de imprensa.

A partir desta lei e de algumas convulsões profundas que Portugal atravessava, deu-se o caminho para o aparecimento da imprensa de opinião, tal como já tinha aparecido, por exemplo, na França e Inglaterra (Tengarrinha, 1989, pp. 130-131).

De destacar também que houve altos e baixos no movimento jornalístico: a já referida Lei das Rolhas. A Lei das Rolhas foi uma repressão criada a 1850, em que se determinava pesadas multas e penas de prisão para infrações, julgadas, tanto por periódicos como por jornalistas.

A monarquia liberal, com a crise que atravessava e com a existência de republicanos, estabeleceu as Leis das Rolhas que consistiam em “calar” a imprensa da época. Um dos mais atingidos na altura foi Rafael Bordalo Pinheiro e o seu jornal “A Paródia”, pois viu um número deste semanário apreendido. Bordalo Pinheiro não deixou de criticar através da caricatura, expondo o ridículo todas as tentativas do poder político sobre a imprensa periódica.

Durante este período observou-se uma diminuição na imprensa. Podemos dizer que em 1842 havia 32 novas publicações, em 1844 havia 36, e em 1850 com a Lei das Rolhas havia apenas 15.

A nova Lei da Liberdade de Imprensa, a 22 de dezembro de 1834, fez com que fosse abolida a censura, através da promulgação, pela rainha D. Maria II. No jornalismo português inaugura-se uma nova etapa, que iria terminar em 1851, com a Regeneração.

De 1834 a 1851, a imprensa passaria a ter um pouco mais de autonomia e ajudaria na promoção dos ideais revolucionários, apesar de ter havido perseguições a jornalistas, na sequência do Rebelião de Lisboa (Rodrigues, 1999, p. 54).

A Lei das Rolhas foi logo revogada pelo Decreto de 22 de maio de 1851. Com a revogação, as publicações aumentaram. Os periódicos subiram logo para 39 publicações. Com a época da Regeneração abre-se um período de facilidades para a imprensa, através de disposições legislativas.

A 24 de maio de 1851 foram “apagados” todos os processos por abuso de liberdade de imprensa requeridos pelo Ministério Público (Tengarrinha, 1989, p. 182). Foi neste período que surgiu a imprensa operária.

O jornalismo passou por dificuldades técnicas e problemas da imprensa periódica, surgiu os primeiros movimentos reivindicativos dos tipógrafos e a primeira imprensa operária, a fase industrial em que apareceu o Diário de Notícias, o noticiário e o sensacionalismo, e por fim a imprensa republicana. A realidade é que a área do jornalismo evoluiu e mudou muito para chegar até à atualidade.

Avançando alguns anos na história da imprensa, passamos para a transição da imprensa na monarquia para uma republicana.

O primeiro número de “A Luta”, publicado em Lisboa, no dia 1 de janeiro de 1906, sob a direção de Brito Camacho, com a colaboração de João de Meneses, destacou-se pela influência doutrinária nas classes conservadoras.

A partir de 1906/07, os jornais passaram a ter um carácter revolucionário. Perante este carácter, a Igreja tentou influenciar a monarquia com uma posição mais conservadora na imprensa, com a ajuda de forças católicas. Em 1908, houve a criação de, em Lisboa, dois diários: Portugal e A Liberdade, e um no Porto (A Palavra). Com isto, apareceram os jornais republicanos, como por exemplo “A República” e “A Lanterna”.

O descontentamento do povo aumentava à medida que se contrariava a monarquia e via-se muitos problemas nacionais. O governo, ao ver o descontentamento, tentou abafá-lo e lançou meios repressivos violentos (Tengarrinha, 1989, pp. 255-260).

O decreto de 29 de março de 1890 (por Lopo Vaz) fez com que houvesse perseguições, processos e suspensões de jornais, reduzindo, assim, a liberdade de imprensa durante o constitucionalismo após 1851. Com esta repressão, revelou-se um estado de desagregação em Portugal, precisando urgentemente de liberdades. As liberdades não foram cedidas, pelo contrário havia tentativas de controlar a imprensa (Tengarrinha, 1989, pp. 255-260).

Em 1910, desde logo, uma das primeiras preocupações da República foi libertar a imprensa periódica da revogada a lei repressiva da liberdade de imprensa de 11 de abril de 1907, suspendendo-se todos os termos de quaisquer processos relativos à imprensa, enquanto não for publicado um novo decreto com força de lei protetor da liberdade de imprensa (artigo nº 3). Após cinco dias da revolução veio a restituição do direito de livre expressão do pensamento através do jornalismo (Tengarrinha, 1989, pp. 255-260).

Com a instauração do Estado Novo, foi instituída a censura prévia, o que condicionou novamente a liberdade da imprensa.

Na Revolução dos Cravos e a proclamação da República, os media precisavam de uma remodelação.

A Lei da Imprensa devolveu, em fevereiro de 1975, a liberdade dos meios de comunicação expressarem-se. No mês a seguir, surgiram novos jornais de diferentes políticas devido à nacionalização da banca (Obercom, 2024, p. 5).

Depois deste período, a imprensa deixou de ser propriedade do Estado e passou a ser gerida por grupos económicos privados.

A concorrência com a televisão fez com que houvesse uma redução no número de leitores e os jornais passaram a ter mais dificuldades económicas, tal como atualmente (Rodrigues, 1999, p. 75).

Com a entrada de Portugal na Comunidade Económica Europeia, em 1986, acelerou-se o processo de liberalização dos media e foi criada a Agência de Notícias Lusa (ocupando o lugar da ANOP e NP).

Com o surgimento dos canais de televisão privados, a partir dos primeiros anos de 1990, também os principais grupos de media começam a configurar-se, à medida que o multimédia e o digital iam ganhando lugar. O primeiro jornal português a ter *website* foi o Jornal de Notícias, em 1995, seguindo o Público e o Diário de Notícias. Com o aparecimento do digital, os dados revelam que havia poucas publicações de jornais diários por mil habitantes comparativamente com a média da União Europeia, sendo que tinham, em 1999, 73, e a UE 234.

2.2 Ser jornalista

A profissão de jornalista não foi desde sempre valorizada, mas foi progredindo aos poucos, tal como vimos nos capítulos anteriores.

Um jornalista é aquele que tem a habilidade de selecionar, de recolher e de tratar dos factos que recolhe através de indivíduos, de sons, de imagens, com a função de informar o público.

Formalmente, para quem quer ser jornalista, precisa de ter uma Carteira Profissional. De acordo com o Código Deontológico, cada trabalhador desta área tem o direito à liberdade de expressão e de criação, liberdade de acesso às fontes de informação, garantia de sigilo profissional, de independência e a participação na orientação do respetivo órgão de informação. Tal como qualquer cidadão, os jornalistas, para além de direitos, também têm deveres a cumprir e respeitar, tais como: informar com rigor e isenção, repudiar a censura ou outras formas de limitação da liberdade de expressão, recusar funções que comprometam a sua independência profissional, respeitar a orientação e os objetivos definidos no estatuto editorial, procurar a diversificação das suas fontes, identificar as suas fontes de informação, entre outros deveres. O Código Deontológico português foi atualizado no 4º Congresso dos Jornalistas, em janeiro de 2017, definindo os princípios da profissão (Código Deontológico, 2017). O novo Código que foi disponibilizado pretendeu atualizar o Código de 1993 e apontar a reflexão dos jornalistas para questões e contextos atuais.

Ao longo do meu estágio no Sul Informação reparei nestes aspetos, apesar de já ter aprendido no curso de Ciências da Comunicação, em Ética e Deontologia, em que aprendemos sobre os deveres e direitos. No jornal tinham que ter sempre atenção ao que escrevíamos para que nada prejudicasse a imagem do jornal, nem ninguém acusar de que escrevemos informações erradas, ou seja, tudo tinha que estar a 100% para os leitores lerem e não acusarem de que algo estava errado, nem as próprias personagens de quem estamos a contar a história.

2.3 Valores-notícia

As principais tarefas do jornalista ainda são muitas daquelas tradicionais que são divididas entre: selecionar, valorizar e classificar os acontecimentos suscetíveis de terem como valor de notícia, a transformação desses acontecimentos em notícias e de as difundir. A seleção acaba por ser feita pelo facto de um jornal não poder ser criterioso em todo o tipo de informações. Ou seja, diariamente a imprensa tem que escolher os acontecimentos que deve publicar ou não e quando deve fazê-lo.

No jornalismo existem conceitos fundamentais, como os valores-notícia, seleção e critérios de noticiabilidade.

A primeira tentativa para reconhecer um valor-notícia foi através do estudo de Johan Galtung e Mari Ruge (1965). Na sequência do estudo, identificaram doze critérios que acreditavam facilitar a transformação de acontecimentos em notícias. Segundo a teoria referida, quanto mais demonstrasse valores-notícia num acontecimento, mais verdadeira seria a notícia. Revela, assim, que a proximidade (por exemplo cultural) e o acontecimento determinam a importância do ocorrido para se tornar notícia (Pedro, 2016, p. 14). Os valores-notícia funcionam como critérios de seleção de elementos, desde a redação ao produto final da notícia, e funcionam como um guia para apresentar o material para o público.

Com este conceito, o processo de saber se é notícia ou não é simples. Faz-se através dos critérios que fornecem um tratamento jornalístico, ou seja, ter valor como notícia, considerada noticiabilidade (Pedro, 2016, p. 16).

2.4 Fontes jornalísticas

No jornalismo, as fontes de informação credíveis são elementos fundamentais para a construção das notícias e artigos.

Mas o que é que são as fontes jornalísticas? São uma forma de recolher informações, devidamente verificadas para depois serem processadas e escolhidas para serem apresentadas nos artigos. As fontes são, ainda, mais importantes quando são realizadas as reportagens e trabalhos de “terreno”. Em parte, no jornalismo regional, é um fator importante para analisar dados e verificar tendências na comunidade local.

A verificação das fontes é fundamental para que nenhuma publicação contribua para a desinformação e se origine “*fake news*”.

As fontes podem ser primárias ou secundárias: a testemunha de um acidente, um documento original, o primeiro-ministro a falar numa conferência de imprensa a que o jornalista assiste são fontes primárias. O livro que cita outro livro, o político que revela ao jornalista aquilo que outro político lhe disse, são fontes secundárias. O jornalista deve procurar, sempre que possível, privilegiar as fontes primárias, pois normalmente são mais fidedignas (Sousa & Lima, 2020, p. 65).

A representatividade, a credibilidade e a autoridade são alguns dos fatores que valorizam uma fonte. Ser jornalista, para além de ter em conta os valores notícia, implica preservar e cativar fontes, mas não se submete a elas. Se não tiver a certeza da informação, deve-se contactar novamente a fonte para que todos os detalhes sejam esclarecidos de forma correta. Uma fonte que só se represente a si mesma poderá não ser tão boa quanto uma que represente várias pessoas, mas isto depende de quem é. De qualquer maneira, o princípio é de que quanto mais pessoas uma fonte representar maior acesso deve ter aos órgãos de informação. Uma fonte representativa é, por exemplo, uma personagem democraticamente eleita pelos portugueses, tal como o Presidente da República, tornando-se assim uma referência de credibilidade e autoridade. Ambas as características andam juntas (Sousa & Lima, 2020, pp. 65-71).

Existem quatro tipos fontes: as agências, as fontes documentais, as informações que se recebe e as que se procuram “no terreno”. A informação recebida vem de comunicados de imprensa, de correio dos leitores ou da agenda (reuniões, conferências de imprensa ou

congressos). No “terreno” existem os correspondentes (permanentes de um jornal no estrangeiro ou correspondentes do jornal na capital ou, ainda, dos diários da província), enviados especiais, uma rede de informadores, ou apenas com o facto de ler, pensar ou investigar (Rodrigues, Dionísio, & Neves, 1983, pp. 71-72).

2.5 A Reportagem

A reportagem sempre foi importante para o jornalismo. Um trabalho duro que pode durar dias, semanas ou meses, mas que se torna um jornalismo mais “puro” e real. Como podemos definir o conceito de reportagem e que poder teve a Internet sobre ela?

A reportagem é um relato extenso, abrangente e contextualizado de uma história real, que precisa de investigação e interpretação para explorar um assunto de forma mais detalhada. Neste caso, podemos dizer que é uma fonte de informação.

Este formato conta, entre as suas características, com o facto de ser um género interpretativo, o ter por objeto a atualidade, embora não seja necessariamente noticioso. O repórter tem mais liberdade nas suas escolhas de produção e redação. No que respeita à estrutura do texto, pode combinar narração com descrições e dá a sensação ao leitor de que ele próprio testemunhou os acontecimentos (Di Fátima, 2021).

É um tipo de texto diferente, pois não faz parte do conjunto de géneros produzidos e veiculados, diariamente, pelas redações e recebe um tratamento diferenciado em todo o processo de criação. Apesar de ser “especial”, é cada vez menos realizada porque consome muitas horas e recursos além do ciclo noticioso habitual, sendo mais longa e minuciosa que uma notícia. É de formato investigativo porque não pode existir sem haver uma pesquisa aprofundada dos factos narrados. É interpretativa porque recorre à contextualização da história, ao cruzamento de dados e de vozes. É profunda porque, enquanto género, vê as raízes dos acontecimentos para pôr o seu ponto original.

Longe dos seus tempos áureos, a reportagem perdeu terreno a partir dos anos 1980. A aceleração das rotinas de produção noticiosa, os custos relacionados com a produção do género e a ausência de espaço são algumas das explicações mais comuns (Di Fátima, 2021. p. 3).

Para complementar este género, o jornalista vê-se na obrigação de entrevistar para poder levar para a redação mais informações sobre o acontecimento ou mesmo para desenvolver, mas para ir para o trabalho “de campo” necessita-se de preparação, de se colocar ao nível do entrevistado, ser-se concreto e essencialmente apontar ou gravar, para escrever a notícia mais tarde.

No meu estágio no Sul Informação pude comprovar isso. As reportagens que consegui fazer tiveram todas um processo por de trás. Foi o processo de esquematizar o que queria fazer, definir o tema, com quem tinha que falar, selecionar os locais e os bons ângulos fotográficos, pedir autorizações, voltar ao local várias vezes (as que forem precisas), organizar todas as informações até obter um bom texto, não esquecer os detalhes mais importantes para a história fazer sentido, selecionar as melhores fotografias, e reler e ler muitas vezes para nenhum erro escapar, pois a credibilidade é muito importante e neste caso estamos a contar uma história sobre algo ou alguém. Era um processo mais demorado do que escrever um texto a partir de uma nota de imprensa, fazia toda a diferença naquele dia, tinha que se escrever com um foco diferente, mas com uma animação mútua. Era divertido sair dos textos curtos para descobrir além do horizonte um determinado tema, tornava-se uma forma de conhecer melhor um tema, um facto em que não pensaríamos chegar.

Apesar de dar entusiasmo e do Sul Informação nunca desistir de publicar algo novo e original, já eram poucas as oportunidades de apalpar terreno. Nunca desisti de dar sempre ideias para uma possível reportagem e de voltar ao processo animador que a reportagem transmitia.

2.6. A Fotografia

O desenvolvimento da fotografia foi um processo gradual, que se estendeu ao longo de vários séculos.

O ponto de partida pode ser situado no século XVI, com o uso da câmara escura- um dispositivo ótico utilizado tanto por pintores como por precursores da fotografia, como Leonardo da Vinci. Embora essas câmaras não permitissem a fixação da imagem devido à sua vulnerabilidade à luz e ao tempo, abriram caminho para posteriores inovações tecnológicas.

Foi no século XIX que se registaram os avanços decisivos. Joseph Nicéphore Niépce conseguiu, em 1826, captar pela primeira vez uma imagem estática através de um processo fotossensível, ainda rudimentar.

No entanto, por razões económicas, Niépce não conseguiu divulgar amplamente a sua invenção. Após a sua morte, Louis Daguerre contactou Isidore Niépce (filho de Joseph) e, com base no trabalho inicial, aperfeiçoou o método de captação de imagens com a câmara escura, criando o processo conhecido como daguerreótipo. Assim, a fotografia, tal como a conhecemos, começou a tomar forma, em 1826.

A fotografia começou a alargar-se e chegou a Portugal em 1850. Nesta altura, o conceito de fotografar era: uma boa fotografia era fotografar algo bom. Em 1920 esse conceito mudou. Os fotógrafos pegaram nas suas lentes e fotografaram o mundo (Coelho, 2015, p. 15).

A fotografia trouxe ao jornalismo a confirmação do real: o fotojornalismo.

É uma constante sobrevivência e uma luta para não fecharem portas, terem sempre investimentos e para manterem quem lá trabalha. Isto é uma realidade dos jornais impressos num mundo que se tornou tão digital.

A fotografia, tal como eu pude comprovar ao longo do meu estágio no Sul Informação, é um elemento crucial na ilustração da notícia, do artigo ou mesmo na reportagem que fazamos, de modo a mostrar aos leitores aquilo que estamos a caracterizar ou a mostrar a visão dos acontecimentos ao longo do texto. Pode se dizer que é um método que teve a sua evolução, tal como o jornalismo.

Enquanto estive no jornal Sul Informação, a fotografia foi muito importante, pois era a minha paixão, o que gostava mais de fazer e o que já sabia fazer de melhor antes de lá entrar, visto que a perspetiva mais jornalística adquiri a maior parte lá ao longo dos meses e no decorrer do curso.

Por isso o estágio foi muito à base desta área, tirar fotografias aos espaços importantes de cada cidade que o meu orientador ia me pedindo, em cada evento para ilustrar o texto e era a tarefa para a qual era mais chamada para executar e para acompanhar os meus colegas.

Para além de acompanhar os textos, aprendi que a imagem pode servir de arquivos para quando mais tarde precisar e em que não tenhamos ido ao local em que se quer retratar. Loulé, Olhão, Faro, Quarteira, Lagos e Tavira foram exemplos de cidades algarvias que visitei para conseguir ter fotografias de arquivo de cada local mais conhecido e que seria mais útil de se usar mais tarde.

A função da fotografia ou de um fotojornalista tem vindo a cair tal como o jornalista: tem havido despedimentos de profissionais e menos dinheiro para fazer a cobertura de acontecimentos mais distantes da redação do jornal. Assim sendo, as direções dos órgãos sociais preferem que os próprios jornalistas façam essa função, contratam *freelancers* ou usam até mesmo fotografias que os cidadãos enviam. No Sul Informação pude observar este caso, visto que cada jornalista tirava as suas próprias fotografias, muitas vezes usava fotografias das notas de imprensa ou obtém agora com a ajuda dos cidadãos através do mais recente projeto do *chatbot*, em que os mesmos contactam o jornal mandando informações ou até mesmo as próprias fotografias.

2.7. Fotojornalismo

O fotojornalismo é uma atividade em que utiliza a fotografia como um veículo de observação, de informação e é visto pelos jornalistas como uma atividade que ilustra as notícias, artigos ou algo que seja de caráter informativo. Assim, tem como objetivo retratar a realidade.

Esta área sofreu três revoluções ao longo da história, principalmente na altura das guerras. A primeira revolução ficou marcada após a segunda guerra mundial, com o crescimento de agências fotográficas. No pós-guerra, a fotografia jornalística encontrou novas expressões com o aparecimento de novos autores e da rotina do trabalho fotográfico. Estes fatores levaram a que a fotografia se tornasse “banal” e a que a sociedade não desse tanta importância à imagem fotográfica. Nos anos 50, destacou-se a evolução estética. Nesta altura ganhou uma importância diferente, visto que as imagens permitiam uma visão diferente das notícias (Torre, 2017, p. 18).

A partir da década de 60, a fotografia começou a ser publicada em revistas. A primeira intervenção nos jornais é muito discutida pelos investigadores, mas diz-se que a primeira publicação foi em 1880, no jornal “The New York Graphics”, em Nova Iorque.

Os anos 70 foram a altura da segunda revolução. A concorrência aumentou na comunicação, começou a aparecer jornalistas sensacionalistas como aspeto negativo, só para aumentar a audiência. Já não se valorizavam as pessoas e os fotógrafos. Nesta época, valorizou-se a captura do momento sensacional.

Nos anos 80 começou-se a enquadrar e editar as fotografias, tornando a imagem de ficção rápida de criar.

A terceira revolução começou nos anos 90 com a manipulação de imagens causando problemas com o real, a transmissão por satélite e telemóvel, aumento da pressão de tempo, pouco planeamento das fotografias e assumem um caráter ilustrativo nos jornais, centrando-se no imediato.

Como o processo fotográfico foi lento, foi mais tardio para aparecer no mundo jornalístico. Na altura uma fotografia num jornal era muito rara.

No século XX assistiu-se ao relançamento do periodismo fotográfico, combinando o melhor do fotojornalismo com imagens e inesperadas em edições especiais.

Em Portugal, a fotografia começou a aparecer na imprensa a 2 de fevereiro de 1907 no jornal “O Comércio do Porto” (Torre, 2017, p. 18).

Em 1910, a atividade da fotografia ganhou mais impacto na imprensa nacional, quando os jornais seguiram a tendência da revista ao contratarem profissionais na área (Teixeira, 2018, p. 20).

Nos anos 20 começaram a criar-se arquivos fotográficos e os jornais procuravam relatar, através do fotojornalismo, os acontecimentos desportivos de grande dimensão e os político-institucionais. Aos poucos o fotojornalismo começou a ligar-se com a propaganda nacional para retratar as figuras oficiais do Estado Novo, os fotojornalistas portugueses tiveram mais contacto com os estrangeiros e cada vez mais ganhava relevo e havia mais evolução até chegar à atualidade.

Com a ajuda da Internet, a fotografia fez a sua evolução rapidamente, alcançando a interatividade, personalização e memória. Tornou-se possível a capacidade de atualização em tempo de real, como acesso a recursos de memória ilimitados e permitiu o leitor escolher entre as várias imagens no formato que desejar, copiar para o computador, sem muitos recursos (Teixeira, 2018, p. 25).

O processo lento de revelação acabou com as redações quererem melhores materiais e com a descoberta da fotografia digital. As câmaras digitais tornaram o armazenamento mais fácil e maior, as imagens mais nítidas, apareceram lentes mais potentes e diferentes tipos de lentes zoom, as câmaras de telemóvel melhoraram e qualquer pessoa podia tirar e publicar na Internet. As melhorias fizeram com que as empresas, tal como os jornais, reduzissem os fotógrafos profissionais para os amadores.

Na minha experiência de estágio observei que cada jornalista necessitava de saber um pouco de cada área para fazer um bom jornalismo e uma boa publicação: obter informações, ouvir as fontes, ir ao local, entrevistar, investigar, escrever, editar, transcrever, incluindo fazer tarefas que seria feito por um fotojornalista profissional, fotografar.

Por isso, já não há muito tempo para valorizar e preparar a fotografia. Em parte, senti isso, pois apenas tirava fotografias que eram pedidas, mas ao mesmo tempo fazia da minha forma e não sentia uma obrigação, porque é a minha paixão e ali seguia o meu coração para dar o meu máximo e o resto dos processos vinham progressivamente, seja nas reportagens que fiz, nos artigos, nas entrevistas, ou nas fotografias de arquivo. Senti mais liberdade nas fotografias de arquivo, porque planejava a minha lista o que pretendia fotografar e depois entrava em ação percorrendo a cidade inteira se fosse preciso para conseguir completar tudo. No geral, esta tarefa de fotojornalista e de fotografia foi bem-sucedida, porque a magia acontece no momento e nunca deixa de ser uma boa fonte de recordação.

Confesso, ainda, que se não fosse a minha máquina fotográfica e as lentes que a acompanhavam, as fotografias não ficavam tão nítidas e de maior qualidade, aqui houve a vantagem de já ter o material e de já termos as câmaras mais evoluídas.

3. A Internet e os jornais: ciberjornalismo

Os computadores e o uso da Internet surgiram em 1980 e ficaram logo populares, o que causou uma mudança de estratégia por parte do jornalismo clássico- *web jornalismo*. Este novo conceito fez com que a produção baixasse, houvesse agilidade na linguagem e a atualização fosse mais rápida.

Na década de 1990, a disseminação global da Internet abriu caminho a um novo paradigma informativo. A sua aceitação foi imediata, com a maioria dos autores mediáticos a reconhecerem o seu potencial enquanto canal alternativo para alcançar audiências mais vastas, conquistar novos públicos e explorar fontes de receitas adicionais. Contudo, os meios tradicionais, incluindo a imprensa escrita, encararam inicialmente este novo suporte apenas como uma extensão dos modelos existentes, limitando-se à simples transposição de conteúdos (shovelware).

Gradualmente, os media começaram a perceber que a internet apresentava características únicas e exigia uma abordagem específica.

Essa transição foi, no entanto, duradoura. Nos primeiros tempos, a presença *online* dos media consistia, essencialmente, numa reciclagem da informação já publicada em papel. Com a evolução da Web 2.0, tornou-se evidente a necessidade de uma adaptação mais profunda: as redações foram reduzidas, os jornalistas passaram a desempenhar múltiplas funções e o trabalho tornou-se mais multifacetado- realidade ainda vista em 2025.

O público abandonou o papel e interessou-se na pesquisa online de notícias, através das redes sociais, *sites* ou *blogs*. Os meios de comunicação tradicionais não se adaptaram fácil e rapidamente aos novos meios digitais, sendo um processo lento e de muitos anos para chegarem a como estão atualmente (Zamith, 2013, p. 18). Mesmo assim, estes meios ainda continuam em adaptação constante, porque a tecnologia e a Internet estão sempre a evoluir e ficarem cada vez melhores. Atualmente, já são muitos os jornais digitais regionais e nacionais.

No século XXI, os media tradicionais perceberam que a expansão da Internet podia ser aproveitada para novos desafios, novas conquistas, equipamentos informáticos e desenvolver competências profissionais. As práticas jornalísticas eram centradas num

modelo comunicacional unidirecional, tinham que se adaptar ao jornalismo online e, com isso, surgiu um maior fluxo de troca de informação online, o que aumentou a exigência da qualidade do trabalho dos jornais. O mundo mudou e o público também mudou as preferências.

No início deste século, a digitalização estava no centro dos media que queriam uma fidelização e audiências online (Obercom, 2024, p. 10).

Segundo o relatório Digital News Report Portugal 2024, promovido pela Reuters Institute for the study of Journalism (<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>), revela que os portugueses consideram importante existirem notícias porque mantêm atualizados sobre o que está a acontecer e saber diferentes tópicos, sendo que 78% e 77% dos inquiridos declaram que esses aspetos são muito importantes ou importantes (Obercom, 2024, p. 10).

Em 2024, 51% dos portugueses afirmam ter interesse por notícias, com 10% a dizerem que não têm interesse. A confiança em notícias e o maior interesse por política são fatores de um maior interesse por notícias (Obercom, 2024, p. 12).

Após nove anos a analisar a confiança dos portugueses nas notícias, este estudo revelou que Portugal caiu, em 2024, para o 6º lugar de 47 países, com 56% dos portugueses a afirmar confiar em notícias em geral, ficando atrás da Finlândia (69%).

São os portugueses mais velhos, mais escolarizados e com maiores rendimentos que dizem ter mais confiança em notícias (Obercom, 2024, p. 15). No mesmo ano de estudo, a televisão continuou a ter um papel dominador enquanto escolha de media pelos portugueses, sendo que esse meio de comunicação é usado por 67% para obter acesso às notícias e 53% são a principal fonte (comparando com 2023). Em Portugal, mais de 8 em cada 10 acessos a notícias online (84%) são feitos de forma indireta e 16% com visita direta ao *website* das marcas noticiosas (Obercom, 2024, p. 20).

De acordo com os dados do relatório, as notícias que os portugueses consideram mais importantes em termos pessoais são que os mantêm atualizados sobre o que está a acontecer e as notícias ajudam a saber novidades de vários temas. 78% e 77% dos inquiridos declaram que esses aspetos são “muito importantes” e “importantes”, respetivamente. Os dados revelam, ainda, que a televisão continua a ser usada por 67% dos portugueses e 53%, como principal fonte de notícias. Quanto à Internet (redes sociais), é usada por 22% e as redes sociais são utilizadas como principal fonte de notícias por 16% dos portugueses.

A imprensa tem 7% dos portugueses que a utilizam como principal fonte de notícias (Obercom, 2024, p. 83).

Nestes últimos anos, o consumo das redes sociais tem vindo a aumentar de uma forma constante e nesse aspeto os jornais tiveram que se adaptar e passar para as redes sociais de forma a chegar a mais público, sobretudo ao mais jovem. Podemos ver uma maior presença deste formato digital no processo informativo.

Nesta sequência, podemos concluir que os portugueses usam o Facebook como plataforma social para consumo de notícias (35%) e podemos ver um crescimento no Instagram e Whatsapp. 85% dos portugueses usam qualquer plataforma, com 56% para fins informativos (Obercom, 2024, p. 27).

O formato *online* tem vindo a substituir o jornal em papel e a aumentar a leitura de jornais nas redes sociais. O facto de haver menos jornalistas com formação e mais jornais com pequenas redações reflete-se na luta e na sobrevivência desta área de profissão. O problema está no ecossistema das tecnológicas, não no jornalismo. Os gigantes tecnológicos estão a criar um ecossistema que não é compatível com o trabalho que está a ser investigado.

Todos querem vender e comprar jornais, mas não há ninguém para os comprar. Mesmo assim, é notório o esforço dos jornais para se mostrarem interessantes, trazendo mais atenção para os sites *online* e darem uma maior rapidez na informação para o público, comparativamente à sua concorrência. Apesar desta luta e da constante mudança, os jornais precisam urgentemente de arranjar financiamento. Os que contribuem para existência destes meios de comunicação são a distribuição e publicidade.

O digital tem vindo a crescer e o vídeo tem sido inovador. Muitas vezes quando não se consegue fazer a notícia em papel coloca-se no site ou nas redes sociais, porque acaba por ser um meio mais rápido de transmitir a mensagem. Os leitores querem a informação “na hora” e optam por ver através de um dispositivo, em vez de esperarem por uma nova edição de jornal.

Com a pressa do fazer acontecer, muitas vezes os jornalistas caem no erro de não transmitir a informação da forma mais verdadeira ou acaba por haver alguma distorção da realidade com a ajuda da Inteligência Artificial (IA), dando-se origem à desinformação.

A IA pode usar a informação para manipular, controlar ou destabilizar, aumentando o seu

impacto e a confusão.

Segundo a ONU, citada num artigo por García (2024), a IA «é disseminada para causar sérios prejuízos» e pode ser uma das maiores ameaças à estabilidade do sistema internacional, sendo uma preocupação, sobretudo se for usado de forma militar ou em guerras (p. 5).

Apesar de os jornalistas estarem a passar por uma nova fase de adaptação, nunca a informação deixou de ser a principal matéria-prima. Por isso, um bom jornalista tem que lutar sempre pelo valor da verdade e de informar corretamente os seus leitores. No papel de leitor, o dever é saber escolher a informação correta, investigar bem a comunicação transmitida, antes de espalhar e partilhar, para que não possa difamar notícias que não são verdade e não causar falsos alarmes para os outros leitores.

Com isto, a sobrevivência dos jornais impressos têm sido um debate constante, devido ao aparecimento das redes sociais, Internet e as mudanças nos padrões de consumo de notícias.

Atualmente os jornais estão a passar algumas dificuldades, tais como a diminuição das vendas de jornais impressos, a imprensa enfrenta desafios financeiros (redução da receita da publicidade e vendas, muitos anunciantes foram para as plataformas online), muitos jornais tendem a ter dificuldade em equilibrar os seus orçamentos, os jornais impressos têm procurado adaptar-se ao digital, muitos ainda produzem conteúdo de qualidade o que torna leitores fiéis, e alguns jornais locais têm leitores mais estáveis, pois oferecem cobertura específica e relevante que não está disponível noutros lugares. Por fim, vê-se muitos jornais a adotarem para modelos de assinatura e *paywall* para aceder aos conteúdos *online*. O que podemos ver é uma indústria dos media a continuar a evoluir rápido e a tentar adaptar-se à evolução das tecnologias e do digital. Os jornais impressos podem continuar a existir, mas vai depender da capacidade de adaptação e inovação num ambiente de constante mudança.

Hoje, a Internet é uma grande aliada da imprensa regional.

«A internet não só abarca todas as capacidades dos velhos media (texto, imagens, gráficos, animação, áudio, vídeo, distribuição em tempo real) como oferece um largo espectro de novas capacidades, incluindo a interatividade, acesso on-demand, controlo por parte do utilizador e personalização» (Zamith, 2013, p. 19).

A produção jornalística na Internet tem um conceito: ciberjornalismo. Este é um processo de criação de um jornalismo gerado e difundido por meios informáticos através de meios virtuais ou artificiais.

As únicas desvantagens notórias de ler-se na Internet é de cansar mais os olhos nos ecrãs, da pessoa ter um dispositivo móvel (computador, telemóvel ou *tablet*) e ser uma difícil leitura, como é feito num jornal físico.

Nesta altura de transformação para o digital, os leitores são os que “decidem” os conteúdos que querem ler e os que tiverem mais leituras são os temas que vão investir mais, ou seja, o leitor passa a ser produtor e consumidor das notícias. O receio dos leitores na verdade é mesmo de perder as novidades nas redes sociais, não fazendo um *scroll* pelo menos uma vez por dia, devido à ânsia de saber o que é atual e o que se passa no mundo lá fora. Com a Internet tudo se tornou mais rápido de aceder aos conteúdos jornalísticos. Basta um clique.

3.1 Ciberjornalismo em Portugal

Em Portugal, o ano de 1995 marcou o início efetivo do jornalismo online, mas ao longo dos primeiros anos a sua evolução foi fraca.

O primeiro meio de comunicação social online a entrar a RTP, em 1995, seguindo a tendência o Jornal de Notícias, o Público e o Diário de Notícias. Em 1996 foi a vez da TSF e em 1997, o Expresso.

Na altura, estas empresas jornalísticas tinham poucas capacidades de resposta aos sites noticiosos e havia a falta de formação na área. Os jornalistas viram uma nova etapa e uma mudança: a introdução da interatividade nas plataformas digitais (Coelho, Rodrigues, Sousa, Silva, & Coelho, 2024, p. 10).

A RTP Internacional também inaugurou no mesmo ano o seu *site* na Internet. O primeiro jornal exclusivamente *online* surgiu a 5 de janeiro de 1998 (Zamith, 2008, p. 37).

A passagem para o digital criou a profissão de *webjornalista*, a partir do conceito de *webjornalismo* de Deuze, criado em 1999 (Coelho, Rodrigues, Sousa, Silva, & Coelho, 2024, p. 10).

Nos anos a seguir centenas de jornalistas migraram para as edições digitais dos meios tradicionais com títulos só nesse formato, tais como o “Mais Futebol” (5 de junho de 1998). Este facto levou à redução drástica do número de jornalistas, vivendo uma altura de estagnação em Portugal, com redações pequenas e escassos investimentos no setor (Zamith, 2008, p. 13).

No ano 2001 deu-se o *boom* de se criar *sites* noticiosos portugueses, com o aparecimento dos primeiros sinais de recessão provocada por resultados económicos bastante abaixo dos esperados. No final de março, por exemplo, o Expresso Online despediu 17 pessoas, acabando com as atualizações do site (Zamith, 2008, p. 13).

Muitos dos *sites online* reduziram o número de pessoas contratadas para evitar o fecho da empresa, devido ao problema de as receitas vindas da publicidade não serem o suficiente para sobreviver.

Em alternativa ao sustento por parte da publicidade, em 2002, vários *sites* noticiosos escolheram pôr restrições de acesso e cobrança de conteúdos. Em março desse ano, o portal IOL, onde estão os jornais digitais “Maisfutebol” e o “PortugalDiário”, fechou os acessos

livres dos seus conteúdos e passaram a serem livres apenas para aqueles que tinham acesso aos serviços de Internet da IOL. Uma situação que foi até 2005. Ainda nessa altura, a agência Lusa passou a ter um arquivo digital pago e, em junho, a SIC Online passou a ter conteúdos pagos. O Expresso começou a cobrar o conteúdo *online* à edição impressa de janeiro de 2003, e o Público foi para o mesmo caminho em 2005, mas voltou a abrir no final de 2006, cobrando só o acesso aos artigos de opinião. Ou seja, para que conseguisse obter um retorno, as empresas começaram a cobrar pelos artigos “especiais” que publicavam nos seus sites.

No período de 2005-2006, assistiu-se em território português a um crescimento de utilização da Internet e dos sites de notícias, mas insuficiente para os tirar da fase precária. Aqui muitos empresários começaram a desistir do ciberjornalismo (Sousa & Lima, 2020, pp. 16-17).

A situação começou a mudar ligeiramente no segundo semestre de 2006 com o aparecimento de alguns canais regionais de televisão *online* e a introdução do vídeo nos sites, como por exemplo, da Rádio Renascença e Diário Económico, para além de outras apostas que foram surgindo aos poucos. Era uma boa altura para o ciberjornalismo português evoluir.

O digital e a *web* revolucionaram o jornalismo português. Os meios jornalísticos, acompanhando a tendência mundial, passaram para a *web* (blogues e redes sociais) e surge uma concorrência para alcançar o público.

Para alcançar audiência, o acesso à informação passou a ser mais fácil de aceder sem ter que pagar, ato que trouxe problemas para a sobrevivência do jornalismo, visto que os jornais impressos perderam o “controlo” da chegada de informação para o público.

O jornalismo e as redes sociais tornaram-se aliadas no que toca a expandir a informação, através de diferentes meios (estratégias transmediáticas), aumentando o público e o contacto com o mesmo. A junção tornou-se um problema a partir do momento em que ameaçou a qualidade de informação, originando a desinformação (Sousa & Lima, 2020, pp. 16-17).

Nas redações, os jornalistas começaram a partilhar o lugar com engenheiros informáticos, designers, infografistas, gestores de redes sociais, especialistas em *marketing*, e entre outros.

Simultaneamente, os jornalistas passaram a ser exigidos em múltiplas competências, num contexto de precariedade laboral e baixos salários. Como sublinham Sousa e Lima (2020):

O modelo de negócio jornalístico tradicional, baseado na geração de receitas pela captação de anúncios publicitários, nascido na Revolução Industrial, entra em crise, pois não encaixa num mundo digital, obrigando as empresas jornalísticas a adotarem velhas e novas fórmulas de captação de receitas, como o recurso a assinaturas, mas também a crowdfunding e mecenato (pp. 16-17).

A partir de 2008 começou a surgir o interesse dos grupos de media pela Internet. O grupo Impresa investiu na integração multimédia dos sites dos jornais Expresso e da revista Visão, o grupo Global Notícias renovou os seus sites generalistas nacionais (Jornal de Notícias, TSF e Diário de Notícias) e lançou um site de economia (Dinheiro Vivo), o grupo Cofina reforçou o *online* (Zamith, 2013, p. 38).

Assistiu-se ao surgimento de novos serviços, mais adaptados ao meio por parte das páginas dos três canais de televisão (SIC, RTP e TVI) e surgiu a TVI 24 em formato *online* em paralelo com o canal televisivo.

Helder Bastos, citado por Zamith (2013), afirma que o «ciberjornalismo português tende a ser uma ocupação “de secretária”», com os profissionais a saírem poucas vezes da redação e haver pouco trabalho de campo (Zamith, 2013, pp. 38-41).

Isto leva-nos ao que temos vindo a falar ao longo deste relatório, pouco trabalho de campo, mais notas de imprensas e não há mais tempo para artigos da própria autoria ou reportagens.

Em suma, a trajetória do jornalismo português no ambiente digital reflete um processo de adaptação gradual, marcado por resistência inicial, dificuldades económicas e mudanças estruturais. O ciberjornalismo não deve ser visto como uma ameaça ao jornalismo tradicional, mas como uma oportunidade de reinvenção e aproximação aos novos públicos. O que falta, muitas vezes, é criatividade e capacidade de adaptação para tornar os conteúdos jornalísticos atrativos, relevantes e economicamente sustentáveis, à luz das novas exigências da sociedade contemporânea.

3.2 Incentivos do Estado à comunicação social

Por mais que se queira fazer jornalismo regional e local, necessita-se de financiamento.

Na norma nº 1 do artigo 4º da Lei da Imprensa estabelece-se que o “Estado organizará um sistema de incentivos não discriminatórios de apoio à imprensa, baseado em critérios gerais e objetivos, a determinar pela lei”. Constitui finalidade do sistema de incentivos, nos termos daquela disposição legal, assegurar a possibilidade de expressão e confronto das diversas opiniões (ERC, 2010, p. 122).

Ao haver incentivos de subsídios do Estado à imprensa regional há o risco de dependência e distorção das regras do mercado onde se insere a imprensa regional, mas não significa que ela se torne subserviente do poder político.

No livro “A Imprensa local e regional em Portugal” (ERC, 2010, pp. 122-145), da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, apresentam-se os apoios concedidos pelo Estado ao sector da imprensa local e regional entre 1999 e 2009, sendo eles: incentivo à modernização tecnológica, incentivos à criação de conteúdos na Internet e à inovação e desenvolvimento empresarial, incentivo à iniciativa empresarial e desenvolvimento multimédia e mais recentemente, em 2008, passou a ser atribuído um único subsídio direto, de consolidação e desenvolvimento. Estes foram os incentivos indiretos do Estado.

Para além destes incentivos do Estado, houve outras medidas para a imprensa regional, como o porte pago, comparticipação do Estado nos custos de expedição postal de publicações em regime de avença para assinantes residentes no território nacional ou no estrangeiro, em vigor até à revogação do Decreto-Lei de 19 de fevereiro de 2001 (ERC, 2010, pp. 122-145).

Em 2024, o Estado Português criou um regime de incentivos à comunicação social, em que se abriram candidaturas no âmbito regional e local. Este regime pretendia promover a interligação entre os incentivos à comunicação social e outros sistemas, apoiar a formação e empregabilidade dos profissionais da área, gerir apoios no contexto regional, criar um incentivo à literacia e educação para os media e permite uma maior convergência mediática. Pretendia, ainda, atingir os objetivos de desenvolvimento digital, acessibilidade de comunicação social e modernização tecnológica (Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Alentejo, 2024).

Segundo a Associação Portuguesa de Imprensa, o Governo anunciou medidas à imprensa,

sobretudo para os meios locais e regionais.

Entre essas medidas, definiu-se o incentivo à contratação e retenção de jornalistas: criação de incentivos financeiros para apoiar a contratação de jornalistas, especialmente nos OCS regionais e locais, com comparticipação do Estado de até 100% nos custos do jornalistas, formações para jornalistas na área digital e inteligência artificial, apoio à distribuição de publicações periódicas, duplicação do porte pago, formação empresarial, fundos europeus para a imprensa regional e local, deliberações autárquicas: publicação nos jornais regionais ou locais, jornais digitais ou na Internet, e assinaturas digitais bonificadas para fomentar a leitura digital entre os jovens (Santos, 2024).

O Governo pretende concretizar 30 medidas do Plano de Ação para os Media, com um investimento de 55,2 milhões de euros.

As 30 medidas passam por elaborar um Código da Comunicação Social, clarificação da estrutura acionista, plano de modernização tecnológica, criação de benefícios para OCS, eliminação gradual da publicidade comercial, estudo sobre o mercado jornalístico, avaliação do atual regime de incentivos do Estado à Comunicação Social de âmbito local, integração das plataformas digitais, incentivo à contratação do primeiro jornalista, apoio à distribuição de publicações periódicas para zonas de baixa densidade populacional, oferta de assinaturas digitais a alunos do Ensino Secundário, literacia mediática nas escolas, e entre outras medidas (Simão, 2024).

Em relação à imprensa regional, o Governo chegou a acordo de determinadas medidas, tais como: obter um fundo de apoio aos media, as autarquias devem publicar as deliberações nos jornais locais, pretende incentivar à modernização dos materiais e do produto final nos jornais, rever os limites dos 20 mil euros para a publicidade, publicar uma norma para garantir a publicidade nos media do Governo Central, e tentar com que os conteúdos da Agência Lusa sejam gratuitos para os jornais regionais (Tavares, 2024).

Existem algumas dificuldades na imprensa regional, como já temos visto até aqui. A realidade é que é necessário reconhecimento e fazer a diferença no meio de tantos “gigantes” nacionais. Para isso o jornal de uma determinada dimensão precisa de condições económicas para se sustentar e conseguir evoluir.

O problema é que um diretor ou proprietário de um jornal pequeno não consegue pagar aos jornalistas que tenham alguma formação que permita fazer alguns artigos ou

reportagens mais elaboradas (jornalismo de investigação), visto que esse tipo de jornalismo é preciso alguma experiência, tempo e meios para o fazer. Assim, não se trata só de arranjar dinâmica, é necessário haver financiamento para investir em investigação.

«Se, por exemplo, ocorrer um crime- longe vá o agouro-qualquer jornal diário, matutino ou vespertino, adstrita um jornalista a esse crime, colocando-o a seguir todos os passos da polícia e a procurar informação que possa ser útil para essa matéria, mas o jornal regional não pode fazer o mesmo porque não tem dinheiro» (Município de Oeiras, 1999, p. 37).

Outro problema que se pode observar é o número de assinantes de jornais regionais estar a decrescer, ou seja, as pessoas estão cada vez mais desinteressadas na imprensa local, isto porque muitos dos jornais começaram a distribuir de forma gratuita as suas publicações.

Assim sendo, este setor jornalístico ainda continua, em pleno 2025, a lutar por um jornalismo melhor e com melhores condições, sobretudo a imprensa regional.

No caso do Sul Informação senti essa dificuldade, visto que a equipa era pequena e mesmo precisando de mais jornalistas para cobrir o território Algarve e Alentejo todo, eles não conseguiam ter condições para receber mais ninguém e apenas manter os trabalhadores que lá estavam. Para remediar a situação, tal como muitas empresas no território algarvio ou nacional, apenas recebem estagiários num formato curricular para cobrir a falta que eles precisam, sendo este método mais barato para “o seu bolso” e fazem o trabalho que necessitam na mesma, durante x tempo.

Por isso, pelo menos para o Sul Informação e acredito que para o resto da imprensa regional algarvia, seja necessário mais apoios financeiros e mais incentivos por parte do Estado, tais como os referidos anteriormente.

4. A imprensa regional e local em Portugal

A imprensa regional tem como principal objetivo informar a população de uma determinada região sobre acontecimentos locais, histórias de vida marcantes, eventos relevantes e outras notícias que dizem respeito diretamente à comunidade.

É neste tipo de jornalismo que o público encontra, por exemplo, a entrevista da vizinha, do presidente de junta ou sobre um evento local, ou seja, uma publicação que venha deste tipo de imprensa é aquela que remete para um determinado território, mas, claro, não se fechando apenas a esse território em específico, pois o jornal poderá falar sobre outro concelho. No fundo é retratar e abordar regiões que normalmente não são referidas pelas “grandes” imprensas.

As publicações regionais ocupam regularmente grande parte do seu espaço editorial com temas diversos- da cultura à religião- e, em muitos casos, exercem a sua atividade com independência de qualquer influência política direta. No entanto, apesar do seu papel fundamental, a imprensa regional enfrenta sérias dificuldades de sustentabilidade, estando em risco de desaparecer.

Segundo os dados de uma publicação de “O Mirante”, Portugal já perdeu em duas décadas metade dos jornais publicados. A informação do Jornal ECO refere que em 87 dos 308 concelhos de Portugal é editada apenas uma publicação periódica. Em 95 concelhos existem três ou mais, sendo que em 126 concelhos já não se publica qualquer jornal ou revista. Segundo os dados avançados pela mesma publicação, que cita análise da Marktest com base nos dados do INE, existiam em 2022, em Portugal, 840 publicações periódicas (em suporte papel ou eletrónico), um número inferior a metade do registado em 2000, ano em que existiam 1763 publicações. Destas publicações, cerca de 27,5% são editadas no concelho de Lisboa, registando um total de 231. Seguem-se os concelhos do Porto, Oeiras, Coimbra e Sintra, na lista dos cinco concelhos com maior número de publicações periódicas em 2022. Do universo das publicações periódicas, 13,11% são em suporte eletrónico, 41,12% em papel e suporte eletrónico e 45,7% apenas em papel. No ano do estudo, 50,2% das publicações eram jornais e de edições impressas representavam 68,7%.

Neste estudo, podemos ver que ainda existe uso do jornal tradicional, mas já com uma crescente vertente na opção *online* (O Mirante, 2024).

A imprensa regional segue, em muitos aspetos, as dificuldades do jornalismo em geral, mas enfrenta desafios mais severos. A sua sobrevivência é dificultada por estruturas organizacionais frágeis, reduzidas equipas, baixos recursos técnicos e grande dependência da publicidade institucional. A escassez de leitores, assinantes e investidores agrava a situação, conduzindo muitas vezes à adoção de práticas jornalísticas empobrecidas, como a reprodução de comunicados de imprensa em detrimento da produção de conteúdos originais. Este enfraquecimento compromete a qualidade da democracia, pois reduz a capacidade das comunidades locais se manterem informadas sobre os assuntos que mais diretamente lhes dizem respeito. A imprensa regional, pela sua proximidade com os leitores, desempenha um papel insubstituível na coesão social e na cidadania participativa.

A revitalização deste setor passa, em grande medida, pelo envolvimento ativo da população. A sobrevivência da imprensa regional depende de um compromisso entre os cidadãos e os meios de comunicação locais, que garanta a sua relevância e sustentabilidade.

Embora exista alguma investigação dedicada à imprensa regional, os dados disponíveis ainda são escassos, dificultando uma análise aprofundada e completa. A continuidade deste trabalho exige, por isso, uma aposta na recolha e sistematização de mais informação sobre este setor fundamental do jornalismo português.

4.1. Imprensa no Algarve

Ao longo da história têm surgido muitos jornais no Algarve. Entre eles, todos com «vontade de informar, definindo objetivos, discernindo aquilo que os separa, mas deixando claro que queriam o engrandecimento do Algarve» (Mesquita, 1988, p. 26).

O jornal regional é um símbolo de progresso e de independência dos concelhos, face ao centralismo dos órgãos nacionais, especialmente orientados para o universo da informação, que não tem muito a dizer sobre a população do interior. É por isso que a regionalização sempre teve na imprensa local os seus defensores.

Desde 1918, verificou-se que existem no Algarve órgãos de propaganda turística, que por falta de organização e apoio se extinguíram rapidamente, assistindo-se na última década a um agravamento desse género de jornalismo, num misto de publicidade e de divulgação das potencialidades naturais da região. A prova dessa importância turística reside no facto de no Algarve existir muitos jornais escritos em língua estrangeira, sobretudo em inglês, correspondendo à crescente população britânica na região.

Dos 150 anos da imprensa algarvia, Vilhena Mesquita (1998) destaca os títulos surgidos na cidade de Lagos no século XIX, como “O Echo do Algarve” ou “Verdade Nua” (Mesquita, J. C., 1988, p. 26). Também Portimão e Tavira tiveram históricos jornais. Albufeira, “A Avezinha”, “Diário do Algarve, entre outros. Aljezur teve o exemplo do “Algazur”, Castro Marim teve “A Alvorada”. Lagoa teve, por exemplo, “Algarve News” e “Jornal de Lagoa”. Em Faro houve “O Académico”, um semanário de domingo que foi fundado em 1905, “O Académico Fareense, que foi fundado em 1877, o “Açoteia”, “O Algarve”, fundado em 1897, “Algarve e Alentejo”, o “Correio do Sul”, fundado em 1932, a “Folha de Domingo” (ainda existe), “O Sul”, “A Penha”, fundado em 1981, e entre muitos outros que fizeram parte da história fareense. (Mesquita, J. C., 1988, p. 29), mas hoje, vendo a região, já são escassos os impressos e muitos deles já não existem.

Apesar de ter havido muita pesquisa em livros e artigos, apenas encontrou-se um livro que destacava os jornais que existiram ou existem no Algarve. Assim sendo não consegui seleccionar muita informação em relação aos jornais físicos ou impressos no Algarve como era um dos focos deste relatório, apenas tenho a minha experiência no Sul Informação e a informação que fui obtendo ao longo do meu estágio. Também faltou informação sobre

as concorrências do Sul Informação, mais detalhes sobre o jornal algarvio, dados importantes semelhantes aos que encontrei a nível nacional e gostaria de ter encontrado mais informações para justificar a preferência e referência que dão ao Sul Informação.

No meu ponto de vista, o Sul Informação é um dos maiores jornais algarvios. Digo isto pela minha experiência nos dois estágios curriculares que executei, por ter observado a união da equipa, de tentarem sempre arranjar temas para uma boa reportagem, por haver uma boa comunicação, terem notícias diferentes dos outros jornais algarvios, tentam sempre encontrar novos financiadores (através de grandes empresas no Algarve), tentam estar sempre presentes nos eventos que acontecessem (pelo menos no Algarve), seja de Monchique a Vila Real de Santo António. Tentam sempre inovar, criar e expandir o seu trabalho, fazendo com que os seus leitores e os algarvios tenham orgulho em ter um jornal que há 14 anos permanece firme e forte, apesar de também sofrer de dificuldades, tais como a imprensa portuguesa em geral. Por isso é que no ano de 2024, a equipa do Sul Informação participou na greve geral dos meios de comunicação juntamente com outros meios, na baixa de Faro. O ocorrido também aconteceu em outras zonas do país, concentrando-se mais jornalistas em Lisboa. Formou-se esta greve para lutar por melhores condições e obter mais ajuda do Estado.

4.2. Jornais portugueses regionais no mundo digital: o caso do Algarve

Como foi analisado no subcapítulo dedicado à reportagem, a produção deste género jornalístico tornou-se praticamente inviável para grande parte dos jornais regionais. A escassez de recursos humanos e financeiros impede a realização de reportagens aprofundadas, levando muitos desses meios a depender fortemente de notas de imprensa, frequentemente reproduzidas sem tratamento jornalístico. A atividade jornalística, nestes casos, passa-se predominantemente diante de um computador, afastando-se da dimensão mais empírica e investigativa do jornalismo tradicional.

Inclusivamente, os estágios curriculares em redações regionais seguem esta mesma lógica. Os estagiários, muitas vezes, limitam-se ao tratamento de conteúdos enviados por email, o que compromete significativamente a qualidade da sua formação prática. Este cenário reflete o quotidiano de muitos colaboradores e jornalistas da imprensa local, que operam em contextos marcados por precariedade e escassez de meios.

Camponez (2002), refere que a imprensa regional tem uma relação íntima com a elite regional- os professores, os dirigentes das associações/clubes, entre outros- o que ajuda na promoção do jornal enquanto espaço de criação e na exploração das suas opiniões sobre assuntos do seu conhecimento. Contudo, a introdução destes espaços opinativos nos jornais, que dão voz às elites da região, não podem ser desculpa da não aposta numa redação com profissionais especializados (p. 41).

Em contraste com os órgãos de comunicação nacionais, que conseguiram adaptar-se à industrialização e modernização do setor, muitos jornais regionais estagnaram em modelos organizativos pré-industriais. Esta estagnação contribui, por vezes, para o desenvolvimento de um jornalismo de causas, particularmente ao nível local. Ainda que este tipo de jornalismo possa representar formas de intervenção cívica relevantes, Camponez (2002) adverte para os riscos de deriva propagandística, que compromete a imparcialidade e a função informativa essencial ao serviço público (p. 41).

A proximidade com a comunidade é, sem dúvida, uma característica distintiva e valiosa da imprensa regional. No entanto, esta não deve ser confundida com o abandono dos princípios fundamentais do jornalismo, como a objetividade, o rigor e a pluralidade de vozes.

De acordo com Seixas (2021), os desafios enfrentados pela imprensa regional e local são numerosos: promover a qualidade do conteúdo noticioso, definir o seu papel no ecossistema mediático, investir na profissionalização, distinguir-se da imprensa político-partidária ou religiosa, atrair leitores, captar receitas, assegurar publicidade suficiente e combater a concentração de meios (p. 21).

Neste contexto, a formação especializada dos profissionais assume um papel central. Canavilhas, citado por Seixas (2021), defende a necessidade de preparar os jornalistas para o ambiente digital, que exige competências específicas em multimédia, interatividade e hipertextualidade (p. 37). O jornalista digital deve saber escolher os formatos mais adequados à narrativa, permitir a participação do público e articular os conteúdos com outros recursos através de hiperligações. No entanto, nos meios regionais, são ainda poucos os profissionais dedicados exclusivamente ao digital, o que limita o seu desenvolvimento.

A precariedade profissional afeta particularmente os jornalistas regionais. Com a redução das equipas, os que permanecem nas redações acumulam funções, enfrentando jornadas prolongadas e a exigência de disponibilidade permanente. Esta pressão tem impactos significativos na qualidade do trabalho produzido e no bem-estar dos profissionais.

Ainda que o caminho do ciberjornalismo e dos seus profissionais seja inconstante, com a existência de vários desafios e problemas, o facto é que o mesmo tem vindo a ganhar bastantes adeptos.

Apesar dos obstáculos, o ciberjornalismo tem vindo a conquistar novos públicos. A facilidade de acesso à informação através de dispositivos móveis transformou os hábitos de consumo: muitos leitores deixaram de lado o jornal impresso, substituindo-o pela leitura digital. Hoje, as notícias estão a apenas um clique de distância.

Segundo dados do ano 2024 do Bareme Internet, da Marktest (2024), cerca de seis milhões de portugueses, a partir dos 15 anos, residentes no continente, têm o hábito de ler notícias *online*, o que corresponde a «70% do universo e a 89% dos utilizadores da Internet».

De 2013 para cá o número de leitores de notícias *online* tem aumentado todos os anos, com um registo de mais 28% este ano do que o que foi registado em 2013, com 54.6% (Marktest, 2021).

Em síntese, para além das opiniões que alertam para o fim do papel, os diversos inquéritos e estudos desenvolvidos nos últimos anos por empresas de estudo de mercado, meios e

audiências, como é o caso da Marktest, e de outras entidades que estudaram o ciberjornalismo, têm demonstrado a mudança nos meios de comunicação, o aumento generalizado dos leitores de jornais *online* e a diminuição de leitores do jornal impresso. Contudo, apesar deste decréscimo de vendas físicas, muitos continuam fiéis ao seu meio impresso de eleição. Para que estes não acabem é necessária a criatividade e inovação dos meios, mas também que as pessoas não deixem o impresso cair no esquecimento.

4.3. O futuro do jornalismo português

Em pleno ano de 2025, os media continuam a passar por desafios, como a sustentabilidade, credibilidade e prática jornalística.

A aceleração exponencial da transformação digital tem colocado pressão adicional sobre os órgãos de comunicação social, forçando-os a encontrar modelos de negócio viáveis, combater a precariedade laboral, valorizar as carreiras jornalísticas, garantir transparência nos processos editoriais e manter elevados padrões de qualidade, mesmo sob forte pressão comercial e da audiência.

Perante este cenário, torna-se imperativo que os meios de comunicação invistam na formação contínua dos jornalistas, especialmente no domínio das novas tecnologias. É igualmente necessário fomentar a colaboração interinstitucional e promover uma maior diversidade nas redações, de modo a garantir uma representação mais fiel da realidade social e cultural do país.

Apesar da melhoria generalizada nos níveis de escolaridade da população – com a redução do analfabetismo e o aumento da conclusão do ensino secundário – as tiragens da imprensa escrita têm vindo a diminuir de forma consistente, afetando tanto os jornais nacionais como os regionais.

Segundo o Obercom (2024), em 1975 o Expresso tinha 130000 tiragens, enquanto em 2023 obteve 58670 (Cardoso & Mendonça, 2024, p. 6).

De acordo com o estudo Bareme Imprensa, 5, 56 milhões de residentes no Continente, com 15 e mais anos que, em 2024, afirmaram ler ou folhear jornais ou revistas, o que representa 64,7% do universo em estudo. Isso significa que quase dois em cada três portugueses contactou com este meio ao longo do ano. A audiência média da imprensa foi de 31,8% (dois milhões e 734 mil indivíduos) dos portugueses que leram a imprensa. Assim sendo, os leitores de jornais representaram 55% dos inquiridos (Marketeer, 2024).

Como já foi referido, o jornalismo está a atravessar uma crise e uma transição/adaptação para o digital.

Os profissionais da área enfrentam a precariedade, a degradação da qualidade do trabalho, os salários baixos e um excessivo número de pessoas licenciadas. O jornalismo é tão

importante para a sociedade, mas revela-se uma área pouco valorizada (Coelho., Rodrigues., Sousa., & Coelho, 2024, p. 11).

Atualmente, sobretudo no contexto regional, o jornalismo online português precisa de investimentos quer seja em meios técnicos quer seja em trabalhadores que saibam tirar partido da Internet, que saiba vender publicidade, diversificar as ofertas, de jornalistas que saibam dominar os equipamentos mais modernos e as linguagens digitais, e de técnicos de informática, multimédia e *webdesign* que desenvolvam os melhores programas e as melhores plataformas para produzir e apresentar conteúdos jornalísticos.

Além disto, o jornalismo regional e o algarvio precisam de uma urgente investigação, visto que não existe muitos dados sobre esta parte do tema, não há dados de publicações nesta época, o que era um foco no trabalho de investigação. Por isso, não foi possível concluir o que reserva para o futuro do jornalismo algarvio.

5. O Sul Informação

O Sul Informação é um jornal *online* generalista algarvio. Foi fundado a 26 de setembro de 2011, por Elisabete Rodrigues, Hugo Rodrigues e Nuno Costa, três jornalistas que tinham acabado de sair da imprensa algarvia chamada Barlavento. Estes jornalistas estavam dispostos a criar um outro jornal e dar deles o melhor jornalismo para o Algarve, Portugal e mundo.

Assumindo-se jornal de referência no sul do país, o Sul Informação dedica atenção às questões da economia e empresas, da cultura e espetáculos, desporto, ciência e educação, saúde, ambiente e ordenamento de território, política e autarquias, criminalidade e polícias e entre outros temas. Possui um leque de columnistas escolhidos, especialistas nas mais diversas áreas, que assinam artigos de opinião que vão comentando a sociedade do Sul e do país em geral. O Sul Informação é *media partner* de importantes eventos nas áreas da Economia, Empreendedorismo, Empresas, Universidade e Educação, Cultura e Espetáculos, Ciência e Desporto, tanto do Algarve como no Baixo Alentejo (Sul Informação, s.d.). Este jornal tem, por isso, duas versões: Sul Informação (Algarve) e o Sul Informação Alentejo. A segunda versão é mais dedicada ao Baixo Alentejo, uma região com poucos órgãos de comunicação e que necessitava de mais “voz” e de órgãos que falassem sobre esta região. Acredito que o Alentejo seja a região de Portugal com menos imprensa ou que se faça ouvir menos falar, por isso foi um dos motivos para o Sul Informação ter “adotado” e começado a falar sobre tal. Mas como tenho referido anteriormente, não consegui obter dados que comprovem a minha teoria.

O Sul Informação/Página em Branco - Associação de Comunicadores e Jornalistas Independentes (entidade editora) localiza-se na UAlg Tec Start Campus de Gambelas, em Faro. Para além do além do *site* próprio, este jornal divulga-se muito pelas redes sociais Facebook, Twitter e Instagram, publicando ainda vídeos no canal da plataforma Youtube. Aqui comprova-se que este jornal tenta englobar todo o tipo de preferências de plataformas do público, apesar de não conseguir dos mais velhos, pois não tem notícias em formato físico, apenas a sua mais recente revista Dois. Não têm em formato papel, por não valer a pena estar a financiar, visto que (como já vimos), a tendência está a mudar para o digital. E é assim que vemos um jornal regional num mundo digital: seguindo a tendência e tentando-se modernizar o mais possível e com as possibilidades que tem.

Graças à preferência dos leitores de todo o Algarve, Baixo Alentejo, resto do país e mesmo do estrangeiro e por ser um jornal *online*, o Sul Informação tem uma média de 85 mil *pageviews* diárias (Sul Informação, s.d.).

Entre os seus concorrentes mais diretos, encontram-se o Barlavento, Região Sul, Postal ou Jornal do Algarve. Estes jornais referidos conseguem oferecer ao público duas versões: *online* ou impresso (com exceção do Região Sul), e notícias de várias categorias e relacionadas com o Algarve, tal como o Sul Informação proporciona.

Os objetivos e os formatos são parecidos, mas a maneira que se trabalha revela-se ser diferente, porque o Sul Informação existe para fazer a diferença no país e na região, seja desde estarem presentes em muitos eventos exclusivamente, chegam a todos os públicos, sejam eles portugueses ou estrangeiros, pois têm duas versões de notícias (portuguesa e inglesa), e tentam ser originais sem se apegarem às notas de imprensa todos os dias.

5.1. Equipa do Sul Informação

O Sul Informação constrói-se todos os dias numa redação com quatro jornalistas e dois profissionais do departamento da publicidade e redes sociais. A redação é partilhada por Elisabete Rodrigues, diretora da redação, Nuno Costa e Mariana Vilaça no departamento de publicidade e *marketing*, Pedro Lemos, chefe de redação, Hugo Rodrigues, editor-chefe e Mariana Carriço, jornalista.

Fora da redação, mas também em colaboração na empresa, o Sul Informação conta com Ana Teresa Alves, correspondente no Baixo Alentejo, Martyna Mazurek e Nelson Inácio, como repórteres gráficos, e vários colunistas, tais como Aurélio Nuno Cabrita, na categoria História e Histórias, António Covas nos Assuntos Europeus e Ordenamento e Economia dos Territórios, Gonçalo Duarte Gomes no Território e Ambiente, Fernando Santos Pessoa na Paisagem e Ambiente, Pe Miguel Neto, Alexandra R. Gonçalves, Analita Santos, uma Mãe preocupada com o Ambiente, Miguel Luzia com a Tribuções e Impostos, Delegação do Algarve da Ordem dos Economistas, Ordem dos Solicitadores e dos Agentes de Execução, ISMAT, Inês Morais Pereira com o Direito e questões jurídicas, e a Glocal Faro.

A redação ocupa um espaço pequeno, como a maior parte dos jornais regionais portugueses atualmente. A equipa é muito organizada, os jornalistas ajudavam-se uns aos outros, liam os textos uns dos outros para ver se estava tudo bem, e comunicavam muito pelo grupo de WhatsApp para definirem o que cada um ia fazer.

Este relatório corresponde a sete meses de estágio no jornal algarvio, entre 13 de novembro a 13 de junho. Durante este período, tive o privilégio de assistir à evolução deste jornal. Foi criada uma imagem de *site*, um *chatbot* para os leitores perguntarem as suas dúvidas ou alertarem para algum acontecimento, e foi preparada a revista Dois, processo que pude acompanhar. Apesar de todos os fundos que recebem, os jornalistas consideram que se deveria receber mais ajudas monetárias através do Estado que financiassem a sobrevivência do órgão de comunicação. Se houvesse mais financiamento, haveria a possibilidade de se contratar mais funcionários, haveria mais materiais para fazer cobertura de eventos e para o próprio trabalho de redação, e haveria mais coberturas nos extremos do Algarve e no Baixo Alentejo, onde hoje muitas vezes não é possível

fazer coberturas a longas distâncias.

O Sul Informação, sendo um jornal *online*, tem a vantagem de chegar a todo o público que tem conexão com a Internet, a todo o Algarve, Baixo Alentejo, e ao resto do país, até mesmo do estrangeiro, publicando diariamente notícias em inglês.

A Página em Branco, proprietária do Sul Informação, também é membro da Associação Portuguesa de Imprensa. Ao longo dos anos, os funcionários têm ganho alguns prémios de valorização do seu empenho, tais como o Prémio Nacional de Jornalismo em dezembro de 2018, com a reportagem de Nuno Costa com o título

«Há um “ataque dos clones” em Monchique, a bem da produção de Medronho», que ganhou o Prémio SAPO Media Digital para o melhor órgão de informação regional. O jornalista Pedro Lemos recebeu, em maio de 2017, o Prémio Desporto com Ética para a Imprensa Regional devido à sua reportagem «No Enxerim, a Ginástica é mesmo para todos» e recebeu o Prémio Melhor Trabalho Jornalístico/Media, atribuído pela Associação Portuguesa de Museologia, em 2013.

5.2. Porquê o Sul Informação? Experiência e análise: rotinas de uma redação

Tal como tem sido referido ao longo dos capítulos deste relatório, as redações tornaram-se mais pequenas, com uma pequena equipa, e os jornalistas passaram a saber fazer de tudo, desde edição a fotografias. E o Sul Informação não foi exceção. Desde o início que os fundadores (Hugo Rodrigues, Elisabete Rodrigues e Nuno Costa) optaram pelo formato digital, porque cedo perceberam que seria a melhor perspetiva de futuro para o jornal que queriam criar e para conseguir sobreviver às novas tendências tecnológicas. Para além dessa perspetiva “inteligente” de formação, pois também nasceram numa época em que as tecnologias já estavam no auge, viram a opção impressa como uma opção mais cara.

A partir daí, criaram os *templates*, a letra, o logótipo e as cores para formaram o tão sonhado *site*, onde iriam publicar as notícias de todo o Algarve. Ao *site*, juntaram-se as redes sociais, uma peça fundamental no que toca a chegar a todas as faixas etárias, através da partilha das suas notícias e reportagens. Ao longo dos anos, esta publicação foi ficando muito conhecida entre os algarvios.

No momento da redação do presente relatório, a conta de Instagram do Sul Informação contém cerca de 14 mil seguidores e, no Facebook, 5,5 mil gostos, contando com publicações diárias em ambos as redes e também no *site*. Para além destes canais, também o Twitter é uma recente mais-valia para chegar a muito outro público que ainda não o conhece.

A escolha para a realização do estágio curricular recaiu no Sul Informação por se tratar de um jornal pelo qual detenho muita consideração e, após considerar. Vi várias opções no Algarve, mas optei por este jornal algarvio, porque o meu desejo era seguir o jornalismo.

Os objetivos pessoais para a realização do estágio passavam por melhorar as competências de captação e edição de fotografias, de escrever melhor breves e reportagens, de saber como fazer uma boa reportagem, aprender como funciona o dia-a-dia de um jornal regional e ter as experiências de fazer coberturas de eventos em locais diversos. Para além disso, quis mostrar que tinha a iniciativa de escolher temas para as minhas reportagens e queria deixar a minha marca no jornal através do que eu sabia e do

meu trabalho. Segundo o plano de estágio definido pelo orientador de estágio, Hugo Rodrigues, as minhas tarefas passariam pela produção de artigos generalistas, saídas para recolha de informação e contato com fontes, com o objetivo de produzir peças ou reportagens, captação de imagens para ilustrar artigos no jornal, mas também para arquivo. Deste modo, os objetivos gerais passaram por ganhar competências ao nível da escrita jornalística, na recolha de informação para tratamento jornalístico, recolha e tratamento de imagens e captação e tratamento de vídeos, sempre numa vertente informativa.

O estágio no Sul Informação começou no dia 13 de novembro de 2023. Fui recebida por toda a equipa, foram-me dadas as boas-vindas e algumas indicações básicas. A partir daí, iniciei as tarefas que consistiam em redigir breves (notícias de texto curto), reportagens, edição, transcrições de áudio, apoiar os colegas, entrevistas e fotografias.

Alguns títulos que escrevi, através de notas de imprensa, foram: Albufeira mostra “como sobreviver a um sismo”, Odemira homenageia todos os desportistas que se destacaram ao longo do ano e Os tubos dos órgãos continuam a soar no Algarve. Estes foram os trabalhos iniciais, que ocuparam toda a primeira semana de estágio. A diretora do jornal Sul Informação solicitou-me que garantisse minha presença na cobertura do evento Festival de Órgão, em Faro, no dia 16. A preparação dessa reportagem incluiu algumas recomendações sobre como proceder na cobertura, tais como quem entrevistar e que tipo de perguntas deveria fazer aos entrevistados.

No dia 14, realizei a breve Escola de Artes de Lagoa usa a gravura para fazer postais de Natal, e foi-me pedido à tarde para tirar fotografias do Teatro das Figuras até ao Largo de São Francisco, para terem como fotografias de arquivo.

No terceiro dia, de manhã, acompanhei um evento do DECIR (Dispositivo Especial de Combate a Incêndios Rurais) com o orientador de estágio. De tarde, editei as fotografias do dia anterior da baixa de Faro e as do evento da manhã. Do evento, ainda transcrevi o áudio do comandante Vítor Pinto. Para finalizar, elaborei a breve “Academia Portuguesa de Formação Industrial fixa-se em Aljustrel”.

No quarto dia, realizei as perguntas que devia fazer no evento do Festival de Órgão, na Sé de Faro, fui fazer a cobertura, transcrevi dois áudios pedidos pelo orientador de estágio, fiz a breve VIII Maratona BTT “Rota Al-Burhir” está de regresso com cerca de 400 atletas, e foi-me pedido para na segunda-feira tirar fotografias de arquivo aos principais pontos de interesse de Armação de Pêra.

Na última semana procedi cobertura fotográfica da tomada de posse do diretor e vice-diretor da faculdade de Economia da Universidade do Algarve, tendo sido responsável pela edição das fotografias. Também tirei fotografias na baixa de Faro à roda gigante e ao ecrã onde iriam ser transmitidos os jogos do Euro, enviei as fotografias de Olhão para o orientador de estágio, e, no último dia fiz a cobertura fotográfica do evento “Abordo” na ilha da Culatra, com as devidas edições.

Um dos motivos por que escolhi estagiar neste órgão de comunicação foi pelo facto de este jornal ser de referência (tratando-se dos jornais algarvios que mais têm seguidores nas redes sociais) em todo o Algarve e arredores, tendo a dedicação de fazer notícias e reportagens originais cumprindo os padrões do bom jornalismo. Considero que seja um dos melhores jornais do Algarve, pelo trabalho que têm feito até agora e agradeço por todos os ensinamentos e experiências que consegui agarrar ao longo dos meses.

No Sul Informação, todos os colaboradores têm o mesmo horário, salvo as exceções de terem que assistir a algum evento, e cada jornalista acede ao email geral e elabora os seus artigos utilizando o *backoffice*. Aqueles que não eram publicados no imediato eram agendados pela Mariana Vilaça. Normalmente agendam-se notícias até por volta das 22h00. A partir desta hora, já se podia considerar o dia terminado. Claro que nem todos os dias foram assim, mas a rotina deste jornal era uma rotina relativamente constante. Um jornalista ou estava num evento ou estava a redigir. Nos meses antes do verão, a equipa estava mais atarefada, pois preparava a terceira edição da Revista Dois, de periodicidade anual, que era organizada, para além da equipa da redação, por Nuno Costa, responsável pela publicidade.

Nos dias de trabalho, e também para além deles, o meu caderno de apontamentos foi um objeto crucial para esquematizar as minhas entrevistas e apontar tudo o que precisava. Para tirar as minhas fotografias nos eventos ou locais que me pediam para ir e para carregar no *backoffice* foi necessário a utilização da minha câmara Nikon D5300 e da minha lente 18-55mm.

Ao longo do estágio, disponibilidade dos jornalistas da redação em partilhar os seus conhecimentos e experiências comigo foi uma garantia para que eu pudesse aprender algo novo todos os dias, ter um espírito de equipa, ter a oportunidade em fazer a cobertura de vários eventos, ter sempre a ajuda dos meus colegas e poder acompanhar os jornalistas no terreno, vendo assim como era a vida de um jornalista, dentro e fora da redação. O

meu trabalho foi assinalado e elogiado em algumas das reportagens que desenvolvi, pela minha iniciativa, pelos trabalhos de fotografia, pelas histórias e o texto que escrevi.

A minha preparação para realizar uma boa reportagem passava por inicialmente investigar mais sobre o tema proposto, reportagens semelhantes que já tivessem sido feitas, escrevia no meu caderno um esquema organizado com as pessoas que teria que falar e em que aspetos iria abordar no meu texto. Após as análises, tinha a luz verde para contactar com as pessoas com que precisaria de falar e ia para o terreno realizar entrevistas, tirar fotografias, ao local ou locais as vezes que fossem necessárias para obter todas as informações precisas. Com todos os elementos recolhidos, comecei a editar as fotografias, a transcrever os áudios e a pôr tudo no Word. Começava a escrever aquele que ia ser o texto final. Por fim, colocava os detalhes em falta, relia o que escrevi e colocava tudo organizado no *backoffice*, para que mais tarde algum colega da redação pudesse rever para ver se tudo estava bem. Foi com este processo que consegui escrever as minhas reportagens. A maior dificuldade consistia em redigir um bom texto, sem erros, sobretudo ter frases bem construídas.

A reportagem que mais se destacou partiu de um desafio que me foi lançado e que, no final, deu origem ao título “Banco Alimentar contra a Fome: «Nunca é demais ajudar quem mais precisa»”. O título veio de duas visitas ao Banco Alimentar para realizar entrevistas a Nuno Cabrita, presidente da instituição algarvia, e aos funcionários que sacrificavam as suas horas para ajudar os mais necessitados. Para além destes, tirei um dia para entrevistar Bruno Pires, presidente da Associação Sócio Cultural de Almancil (ASCA), e Filomena Rosa, presidente da Associação de Proteção à rapariga e à família, ambas associações que recebiam ajuda da entidade. Foi uma das reportagens que mais gostei de realizar, algo que nunca tinha feito, mas que considero ter feito um bom trabalho, tanto no que respeita ao texto quanto às fotografias (ver Anexos, figura 11).

A instituição é sediada em Faro, tendo também um armazém em Portimão, e ajuda quem mais precisa. Uma resposta necessária para que toda «a pessoa tenha direito a um nível de vida suficiente que lhe assegure e à sua família, a saúde e o bem-estar, principalmente quanto à alimentação, ao vestuário, ao alojamento, à assistência médica e ainda aos serviços necessários» (Banco Alimentar do Algarve, s.d.). Luta contra o desperdício alimentar, reaproveitando tudo o que vem dos supermercados e o que a população não quer, para distribuir gratuitamente para as pessoas carenciadas.

O Banco Alimentar recebe doações e faz duas campanhas por ano para que essas ajudas cheguem às famílias. Nunca se sabe o que poderá chegar no dia a seguir aos armazéns, mas os colaboradores nunca perdem a esperança de que há sempre alguma coisa para doar.

Esta reportagem trouxe-me alguns dias de investigação no terreno, entrevistas a voluntários e ao responsável da instituição, todo um leque de experiências para investigar como funcionava a ligação da entidade com os supermercados, entidades que doam todos os dias produtos que iriam para o lixo.

Nesta investigação, para além das entrevistas e da investigação, procedi ao registo e edição fotográfica. As fotografias registam os processos de organização e divisão dos cabazes no armazém, em Faro, e foram recolhidas na Associação de proteção à rapariga e à família, uma IPSS que recebe as doações do Banco e que distribui às famílias, e à Associação Social e Cultural de Almancil, uma outra entidade que ajuda famílias carenciadas.

Para além destas entidades, ainda foi feita uma cobertura do processo de doação dos alimentos por parte de uma cadeia de supermercados, para o Banco Alimentar. Este processo referido é uma peça fundamental para o ciclo de doações. Sem os supermercados era pouca a ajuda recebida e não havia possibilidades dar alimento a muitas das pessoas inscritas nas IPSS. Não foi fácil obter respostas rápidas por parte dos supermercados, mas ainda chegaram a “tempo e horas”. No fim, consegui as respostas todas de que precisava. Fora este pequeno detalhe, foi certo que não houve nenhum impedimento, visto que todos os entrevistados e entidades colaboraram.

Num ponto de vista pessoal, esta reportagem fez-me ganhar conhecimentos acerca dos procedimentos que aconteciam na realidade, dos quais não tinha noção, e fez-me dar esse alerta e o ponto de vista aos leitores algarvios (e não só) do quão importante é ter mais de 20 voluntários (pelo menos em Faro) para dar “o litro” todos os dias para alimentar mais 28 mil pessoas assistidas, 126 instituições apoiadas e organizar mais 4 mil produtos que são recebidos (dados de 2021). Foi incrível saber como uma instituição de tanto nome, ajuda tanta gente e tem uma equipa fulcral por detrás.



Cátia Rodrigues

São 9 horas de uma quarta-feira. Uma hora antes de se abrirem as portas do armazém do Banco Alimentar em Faro. Quando se entra, já se vê os colaboradores a andarem de um lado para o outro, a fazerem os cabazes e a organizarem as paletes, sabendo que são 21 as associações que vão receber nesse dia.

Um total de 137 associações são ajudadas pelo Banco Alimentar. Todas são organizadas num mapa mensal, com os dias e horas em que vêm ao armazém recolher as doações.

Portas abertas, as carrinhas das associações aproximam-se em fila para recolherem os seus cabazes.

Durante a semana, costumam ser entre sete a oito carrinhas de recolha, mas a quarta-feira é o «descalbro de tudo».

No local, onde se organizam e transportam as paletes para as carrinhas, nota-se o trabalho de equipa e uma união sem olhar a quem. Tudo a pensar no próximo.

Paula Gonçalves, uma das voluntárias, tem a função de apontar tudo o que foi para cada instituição, e diz «Confirma-se 39?», «Confirmo o 39», responde outro voluntário. Isto para confirmar que determinada instituição já fez a sua recolha.

Cada instituição é tratada por números atribuídos pelo sistema do Banco Alimentar, de modo a serem facilmente identificadas.

Mário Carvalho, outro voluntário do Banco, conta ao **Sul Informação** o processo de divisão dos alimentos para cada IPSS.

«Quando são produtos frescos, nós dividimos por cada instituição. Quando são cabazes, os enlatados, o leite, o grão... isso tudo é feito com o número de pessoas que essa instituição serve. Depois, há alguma diferença se houver refeitório ou cantina social que cozinhe. Neste caso, vai levar pacotes que estejam mais danificados», conta Mário Carvalho.



animam mais uma Feira de Castro

0 <



PSD acusa Misericórdia de São Brás de atentado «à liberdade de expressão» no caso do Museu

0 <



Resultados da 3ª fase de acesso ao ensino superior conhecidos na segunda-feira

0 <



Portimonense Bernardo Pinheiro vence e pode sagrar-se campeão do European Le Mans Series em "casa"

0 <



Três algarvios integram seleção portuguesa

Figura 1- Corpo de texto da reportagem do Banco Alimentar

Com este trabalho, apercebi-me que a reportagem é um dos géneros em que mais gosto de trabalhar, apesar do desafio e do tempo que se demora a executar.

Com esta experiência, aprendi os fundamentos da construção de uma reportagem, através da realização de diversas coberturas no terreno. Este processo incluiu a captação de fotografias, a identificação e entrevista dos principais protagonistas, bem como a elaboração de um esquema com os tópicos essenciais, que me permitiu estruturar o texto e

planear previamente os interlocutores a abordar ao longo da reportagem.



Figura 2- Reportagem do Banco Alimentar

Ao longo do estágio, para além da reportagem sobre o Banco Alimentar, realizei outras peças em que tinha que preparar as perguntas, onde queria tirar as fotografias, transcrever áudios, editar fotografias, esquematizar e escrever o texto final.

Durante todo o período de estágio fui trabalhando muito a captura fotográfica e a edição das fotografias, nos eventos, nas localidades (fotografias de arquivo) ou mesmo nas reportagens. Tive a oportunidade de acompanhar o lançamento do Palco RUA-Música Já, a Mostra da Laranja em Silves, a Careers Fair na UAlg, no Campus de Gambelas, a Feira de Empregabilidade, em Vilamoura, o lançamento da primeira pedra em Cachopo, Semana Académica do Algarve, Bolsa de Turismo de Lisboa (BTL), tive a oportunidade de ver e ouvir um órgão na Sé de Faro, entre outros. Ao mesmo tempo que ia aos eventos, também me era proposto tirar fotografias de arquivo de algumas localidades/ cidades, tais como Armação de Pêra, Tavira, Faro e Olhão.



Figura 3- Feira da Serra, em Loulé

As atividades propostas tiveram o intuito de melhorar os meus conhecimentos no jornalismo de imprensa e fui sempre alertada para alguns erros que ia cometendo, para conseguir ir melhorando o meu desempenho.



Figura 4- Festival do Órgão, em Faro

Ao longo do meu percurso, recebi várias recomendações e sugestões por parte da diretora, ou pelos restantes colegas, relativamente aos textos que ia fazendo. Aprendi que o Sul Informação é um jornal *online* que tende sempre a inovar e a fazer a diferença comparativamente aos outros jornais algarvios, que se deve prestar muita atenção ao que se está a fazer porque ao mínimo erro pode causar o mau nome do meio de comunicação, que cada jornalista que dá a cara tem que zelar pelo bom nome do jornal.

Além dessas recomendações, um aspeto fundamental que me foi sempre lembrado foi a utilização do *lead*, importante para começar uma notícia. O *lead* é o primeiro parágrafo de uma notícia ou de uma reportagem. Há, inclusivamente, peças jornalísticas que podem não ter um verdadeiro *lead*, como certas entrevistas "pergunta-resposta". Como refere Gradim (2000):

«Com bom senso e discernimento, o jornalista saberá naturalmente quais as perguntas que se sacrificam no *lead*, ou se se incluem todas. Também há casos onde algumas das questões, geralmente “quando” e “onde”, são desnecessárias.

“A Câmara do Porto aprovou hoje, na sala de sessões dos Paços do Concelho, alterações

ao Plano Diretor Municipal...” é uma informação tautológica» (p. 13).

É no *lead* que se responde às seis questões fundamentais: o quê, quem, quando, onde porquê e como. A razão é que, antes de mais, os *leads* têm duas funções a cumprir: informar imediatamente o leitor das características mais importantes do facto que se noticia; e serem atraentes apelando à leitura do resto do texto. Leads muito pesados dificultam a compreensão e desencorajam a leitura.

O estágio foi estipulado para sete meses de árduo trabalho, com expectativas altas em relação a mim. O *backoffice* do jornal situa-se no Wordpress e era onde eu escrevia, editava e carregava ficheiros para se transformar em notícias para o site <https://www.sulinformacao.pt/>. Todas estas tarefas não podiam ser desempenhadas se não fosse graças ao Windows 11 do meu portátil, onde fazia praticamente tudo, desde realizar as minhas notícias, transcrever áudios ou mesmo as pesquisas necessárias.



Figura 5- Site do Sul Informação

Todas as tarefas desenvolvidas ajudaram-me a aprimorar a escrita de uma notícia, mas também a melhorar a captação fotográfica, a edição com a aplicação Lighroom e, de certa forma, a ajudar o jornal a ter fotografias de arquivo e a conhecer melhor os locais aonde ia fotografar.

Outro trabalho desafiante que gostei muito de realizar foi a “Associação apela à esterilização para diminuir a taxa de abandono dos animais”. Esta reportagem debruçou-me sobre um abrigo de animais onde fui voluntária. Entrevistei a dona da associação e fiz o registo fotográfico da mesma a cuidar dos animais e do espaço (Anexos, figura 14).



Cátia Rodrigues

Dar comida ou carinho, limpar, esfregar, pôr água fresca ou simplesmente brincar. Este é o conjunto de tarefas que Rita Alves faz todos os dias, há quase quatro anos, com todos os *habitantes da Associação Cabana da Meia-Noite*, sediada em Faro. Para além dos cuidados com os gatos, a sua esterilização é uma preocupação crescente.

Quando se abre a porta, a rotina é quase sempre igual. O miar de boas-vindas está garantido à chegada dos voluntários, que se dedicam depois à higiene e à alimentação dos gatos.

Ainda a associação não existia quando, a 30 de Janeiro de 2018, foi criado o projeto “Cabana” com o acolhimento da Malhadinha, uma gatinha que ia esperar Rita Alves ao trabalho.

«Comecei na associação como cuidadora. Quer dizer, ainda não havia associação, nem sequer sonhava em ter uma. Isto começou com uma gatinha que me ia esperar ao pé do meu local de trabalho e comecei a vê-la sempre grávida», conta Rita Alves, responsável pela Associação Cabana da Meia-Noite.

Mais tarde, apareceu a Meia-Noite, uma felina que foi capturada às 00h00, com mais três filhotes.

«Passado seis meses, esta gatinha levou dois dias sem aparecer, foi encontrada à porta de uma casa demolida, quase sem vida», explica Rita. A cuidadora ainda a levou ao hospital de urgência, mas não foi a tempo.

Esta história triste deu origem ao nome da associação Cabana da Meia-Noite, criada a 24 de Fevereiro de 2020.

Em Faro, antes da criação desta associação, os gatos doentes ou feridos não tinham nenhum sítio onde pudessem ser tratados. Como têm aumentado os casos de abandono, proliferam também as ninhadas de gatos errantes. Além disso, há

3

PSD acusa Misericórdia de São Brás de atentado «à liberdade de expressão» no caso do Museu

4

Resultados da 3ª fase de acesso ao ensino superior conhecidos na segunda-feira

5

Portimonense Bernardo Pinheiro vence e pode sagrar-se campeão do European Le Mans Series em “casa”



Figura 6- Reportagem sobre a Associação Cabanas da Meia-Noite



Um dos grandes problemas dos gatos errantes é a esterilização. «Enquanto a esterilização não se tornar obrigatória, o que nós fazemos pouco mais é que “chover no molhado”. Nós andamos a esterilizar 20 e depois aparecem 40», lamenta a responsável.

Um dos objetivos da associação é sensibilizar para a esterilização, de modo a que se torne obrigatória para salvaguardar o bem-estar animal e até a saúde pública. Para dar continuidade à luta, já há uma petição a nível nacional para alterar a lei.

Apesar de tudo, as questões do bem-estar dos animais têm vindo a melhorar em




Figura 7- Reportagem da Associação Cabanas da Meia-Noite (cont.)



O artigo “Padaria reúne tavirenses, produtos saudáveis e vegans há um ano” foi uma reportagem muito engraçada de se fazer, um espaço muito acolhedor e de um ambiente incrível (figura 8).




Cátia Rodrigues

«Quer um bocadinho de sopa?» «É de quê?» «De beterraba» «O que é isso?» «É um legume, nasce como se fosse uma raiz, uma espécie de nabo e é muito bom para o sistema cardiovascular e para o coração».

Esta podia ser uma conversa mantida numa aula de nutrição ou num restaurante ou até mesmo uma conversa banal, dentro de casa, mas não é: este diálogo teve lugar, à hora de almoço, entre um cliente e Alexandra Matos e Pedro Cruz, do **Mr. Portuguese Bakery**, uma padaria com opções para todos, que funciona há um ano em Tavira.

Depois de mais um dia de trabalho, passado entre o normal expediente e as conversas entre proprietários e os vizinhos que frequentam o estabelecimento, Alexandra Matos e Pedro Cruz puderam, enfim, sentar-se à mesa com o **Sul Informação**, para contar a história desta padaria *plantada* no centro da cidade de Tavira.

Muitos podem perguntar: porquê a abertura de mais uma padaria? O que tem esta de diferente?

É que este é um negócio que não é igual aos outros, é uma padaria e pastelaria que aposta em produtos saudáveis e em fazer pão «como antigamente», ou seja, «tudo à mão», sem farinhas processadas e com fermentação natural.

Por outro lado, procura ter opções para todos, nomeadamente para pessoas com estilo de vida vegan.

Mas nem sempre foi assim.

Quando abriu, esta era uma padaria semelhante a muitas outras, com bolos normais, inspirados na cozinha francesa, mas com sabores portugueses.

No entanto, como muitas pessoas vinham à procura de opções sem ovos, sem lactose e sem glúten, a partir de Janeiro os donos do espaço decidiram tornar a pastelaria totalmente vegan.

«Sempre pensei que um dia, quando tivesse o meu próprio negócio, queria que fosse um desafio estar sempre a inovar todos os dias», diz Pedro, responsável

3 PSD acusa Misericórdia de São Brás de atentado «à liberdade de expressão» no caso do Museu

4 Resultados da 3ª fase de acesso ao ensino superior conhecidos na segunda-feira

5 Portimonense Bernardo Pinheiro vence e pode sagrar-se campeão do European Le Mans Series em "casa"

Sul Informação 5h

Novo festival pões "Todo o Alentejo a Caminhar"

ler mais

Figura 8- Reportagem sobre a padaria "Mr. Portuguese"

Entre a cobertura fotográfica de eventos, as entrevistas, a edição das fotografias, a redação de breves, o acompanhamento dos meus colegas de redação e a transcrição de áudios, desenvolvi o trabalho de qualquer outro jornalista presente na redação, mas com a devida supervisão dos meus colegas, sobretudo em relação aos meus textos. A rotina do jornal está concentrada em arranjar destaques do dia, em manter o *site* ativo com notícias a toda a hora seja com breves das notas de imprensa ou com reportagens, sobre a atualidade e sobre histórias que mais ninguém conta, visto que este jornal é de destaque em querer sempre fazer a diferença relativamente aos outros.

Para além disto, cada jornalista tem de fazer regularmente a *newsletter*, que é um resumo das notícias de destaque naquele dia, apelando à criatividade da escrita de cada jornalista. A *newsletter* é oferecida ao público que se inscrever no *site* do jornal, permitindo-lhe recebê-la no *email* diariamente. Esta tarefa não a executei, pois só pertencia para os que eram da equipa.

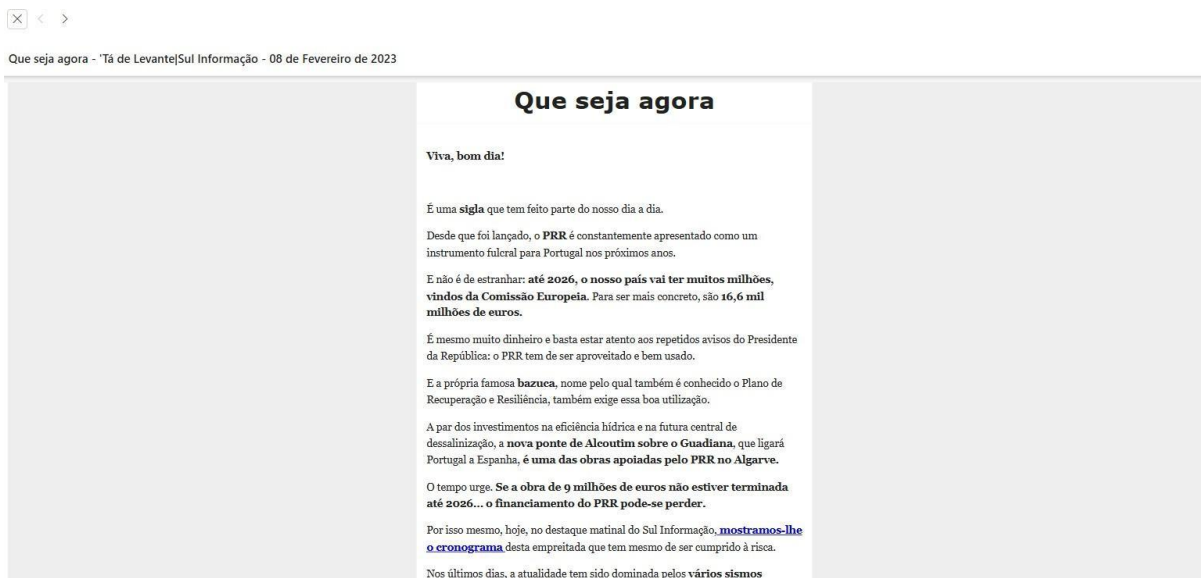


Figura 9- Newsletter de 8 de fevereiro de 2023

O jornal, ano após ano, tem tentado melhorar de forma a chegar ao seu público e marcar sempre a diferença entre os outros jornais. Tem tentado chegar sempre ao maior número de pessoas, sendo ainda mais tecnológico, dinamizar as redes sociais e melhorar o *site*.

Recentemente, criou um *chatbot* para que as pessoas possam anunciar as suas notícias e chegar sempre a todos os temas. É um jornal que quer marcar sempre a diferença.



Figura 10- Chatbot do Sul Informação

6. Grau de consecução dos objetivos propostos

Nos sete meses de estágio considero o meu balanço positivo. Alcancei os meus objetivos, realizei tudo o que foi pedido e tive iniciativa para realizar reportagens diferentes, apesar de terem existido algumas dificuldades pelo meio do trajeto. As tarefas já me eram familiares e tinha alguma autonomia para as realizar, apesar de existirem alguns problemas na formação dos textos e na sua construção.

Considero que este tempo de estágio foi muito positivo e enriquecedor a diversos níveis. Em primeiro lugar, o estágio curricular é uma oportunidade única, proporcionada pela Universidade do Algarve, de forma a termos um contacto mais direto e prático com a área profissional em que queremos ingressar. Por outro lado, tive a oportunidade de trabalhar com uma equipa pronta a ajudar, profissionais que trabalham arduamente para colocar diariamente notícias sobre o Algarve para os seus leitores. Estes profissionais iam-me dando instruções sobre como podia melhorar e corrigir os erros que ia cometendo, ou seja, sabia que se tivesse alguma dificuldade podia contar com a equipa do jornal. Adquiri novos conhecimentos, uma nova forma de trabalhar, uma nova forma de editar, conheci novas pessoas com que os jornalistas têm que lidar, fossem cidadãos comuns, personalidades políticas ou da cultura, ou mesmo colegas de profissão. No fundo, cresci pessoal e profissionalmente enquanto futura jornalista que pretendo ser, foi uma semente que já tinha sido semeada e que com este estágio cresceu mais um pouco em diversos sentidos, pois estava a dar mais uns passos na minha “carreira” de jornalista. Acima de tudo, fiquei feliz por ter os meus colegas para me ampararem e por ter estado num grande jornal de referência algarvia.

Para além das dificuldades que senti neste estágio e algum desconforto em não conseguir executar logo à primeira algumas das tarefas de escrita, penso que esta experiência ajudou a que eu ficasse mais forte e decidida que era isto que queria seguir no futuro como profissão, e fiquei mais focada nos detalhes, que nesta área são muito importantes. É uma componente de peso considerável na escolha da vertente comunicacional em que gostaria de seguir de alguma forma futuramente, após terminar o mestrado.

Uma das partes mais importantes do meu estágio foi a reportagem. A reportagem foi um passo importante na minha aprendizagem e a que me deu mais gosto em fazer foi sobre o

Banco Alimentar. Foi a oportunidade que tive para provar que conseguia fazer uma. E tal como referi antes, cumpri os passos que devem ser passados: escrevi o esquema de como queria executar, defini e ouvi as fontes, tirei várias fotografias em vários locais no Banco Alimentar e os espaços que tinham a ligação (as associações), falei com voluntários e os próprios responsáveis, fui vários dias ao local, acompanhei todos os processos para que nenhum detalhe me faltasse, juntei tudo o que recolhi, escolhi as fotografias certas, preparei o texto final e apresentei aos meus colegas, sendo posteriormente publicada no site.

Considero que foi a minha melhor reportagem durante o meu estágio foi sobre o Banco Alimentar, tal já retratei. Por mais que a ideia tivesse lá, este género é cada vez menos realizado, por levar o seu tempo, haver poucos elementos na equipa de um jornal, apesar do Sul Informação não desistir deste conceito, mesmo não se conseguindo fazer muitas. Muitas vezes quando estava na redação observava os meus colegas a preferirem fazer as reportagens, do que publicar notícias feitas através das notas de imprensa. Por isso, surge aqui um ato de esperança de que existem jornalistas que ainda não desistiram deste formato de texto. Pode-se considerar um dos motivos do Sul Informação se distinguir dos outros jornais, visto que tenta sempre realizar o que é suposto ter, mesmo tendo uma rotina corrida.

7. Reflexão global sobre o estágio

A realização deste estágio foi importante, não só para finalizar o curso, mas também para permitir um contacto com a realidade que me espera no futuro caso eu siga este ramo. Tive diversas oportunidades de colocar em prática tudo aquilo a que se resume ao dia a dia de um jornalista, passando por escrever breves, estar presente em importantes eventos, realizar reportagens ou mesmo marcar uma entrevista para escrever uma grande história. Em particular, houve uma função que se destacou muito ao longo destes meses: a fotografia. Através da fotografia, conheci melhor as cidades que já tinha visitado sem a perspetiva de uma lente e esta empolgação fervorosa por procurar os lugares e capturá-las com um clique, tornando-os uma fotografia de arquivo para ser utilizada futuramente. Esta foi a tarefa que mais me deu gosto em fazer, porque corresponde a uma das minhas paixões e foi fascinante ter tido oportunidade para a pôr em prática e aprender mais sobre ela.

Apesar do gosto pela área e pelo que fazia, percebi que às vezes não eram o suficiente para acertar em tudo o que fazia. Aprendi que um jornalista tem que ser atento a tudo o que está a fazer, seja ao que escreve ou aos acontecimentos que surgem ao minuto. Apercebi-me de que qualquer acidente, qualquer acontecimento, incêndio ou mesmo história deve ser bem investigado, ter as duas versões da história e ouvindo os responsáveis de campo sobre o devido acontecimento, sempre respeitando as orientações éticas e deontológicas. Cada texto deixa o nome do jornal em jogo por isso cada erro pode ser prejudicial, a partir daqui temos que ter cuidado com o que escrevemos, pois pode manchar o nome do jornal.

Para além dos erros que possa ter cometido ao longo do meu estágio, percebi e aprendi que o importante é continuar a tentar e nunca desistir. O importante é dar o passo do reconhecimento aonde falhamos, perceber onde erramos, aprender e recomeçar. A retificação do erro está prevista no Código Deontológico, o que constitui uma mais-valia para esta profissão. Enquanto aluna estagiária aprendi muito e pretendo aprender mais ainda ao longo da minha vida nesta profissão, porque estes sete meses ainda foram um pedacinho daquilo que tenho que aprender, observar e retratar.

Uma das dificuldades que senti, pelo menos num dos eventos, foi a falta de uma lente de *zoom* para a minha máquina fotográfica. Nesse dia, tive que pedir ao meu colega de redação Nuno Costa que me emprestasse a sua lente Nikon 70-200 mm. Também a

dificuldade no transporte colocou alguns entraves ao meu acompanhamento de alguns acontecimentos.

De referir, para concluir as limitações, que nos últimos meses para finalizar o prazo de entrega, entreguei-me inteiramente ao relatório para que estivesse sempre em andamento, abdicando de dormir mais cedo, de fazer outras tarefas e de prestar atenção à minha vida pessoal, conciliando trabalho e investigação. O jornalismo regional foi uma área que gostei de investigar pela paixão que tenho pela área e por todas as tarefas que executei. E prova que sou uma das pessoas que não quer desistir do jornalismo da minha região.

A elaboração deste relatório fez-me perceber como são importantes os jornais regionais e a importância deles no mundo digital. Com isto todos podemos ter acesso às mesmas informações. Assim sendo, gostaria de me dedicar, futuramente, ao jornalismo regional, no que respeita a transmitir o que de melhor existe em cada localidade, desde eventos, comemorações ou mesmo acontecimentos de maior destaque, sobretudo sobre a região do Algarve. O Algarve não é muito valorizado nos jornais nacionais, daí a importância dos jornais que tratem especificamente sobre esta zona.

O jornalismo é um elemento que está presente diariamente na sociedade para que cada pessoa esteja informada da realidade que se passa ao nosso redor. Sem meios de comunicação, sem jornais seria difícil para nós. Por isso, achei importante estudar sobre esta área que nos mantém “vivos” todos os dias e tentarei procurar estudar mais sobre este tema e nunca desistir do jornalismo regional, mesmo que só esteja presente no digital.

A nível pessoal, a realização dos diversos trabalhos possibilitou-me interessantes experiências, como a oportunidade de andar de barco para ir ver o concerto do Miguel Araújo na Ilha da Culatra, ou de navio para ver a libertação de duas tartarugas do Zoomarine no mar, assistir à apanha de lixo no mar por mergulhadores de várias associações. Com a iniciativa do Zoomarine conheci pessoas incríveis, lidei com investigadores, personalidades políticas, associações, entrevistei e conheci histórias fantásticas de pessoas trabalhadoras e que lutaram para terem e concretizarem os sonhos. Em todos, contei com o apoio fundamental da minha equipa de redação quando mais precisava e quando precisava de ajuda para corrigirem os meus textos.

Considero que cresci mais um bocadinho e captei mais conhecimento ao longo destes sete meses, oportunidades únicas que nunca vou esquecer e que o jornalismo me proporcionou. Estas oportunidades enriqueceram-me, de modo, para que no futuro, se

seguir esta área e continuar com o meu jornal, possa fazer mais e melhor do que o bom jornalismo tem para oferecer.

Um ensinamento que retiro desta experiência é que, tal observei ao longo deste trabalho, o Sul Informação está na mesma situação dos jornais regionais: redação pequena, poucos trabalhadores, que fazem de tudo um pouco e, acima de tudo, numa luta pela qualidade e a inovação constantes para que as pessoas continuem a ler e que os parceiros de publicidade continuem a financiar.



Figura 11- Limpeza do mar em Armação de Pêra

8. Conclusão

A realização deste estudo permitiu-me concluir que ainda existe um défice significativo de investigação sobre a imprensa regional no Algarve, tanto no formato *online* como impressa, esta escassez de dados é igualmente sentida no contexto alentejano, o que constituiu o principal desafio deste trabalho. Com o objetivo de contribuir para colmatar algumas dessas lacunas, elaborei um questionário intitulado “*Jornalismo Regional e o Mundo Digital*”, direcionado aos estudantes da Escola Superior de Educação e Comunicação. Pretendi compreender quais os hábitos de consumo noticioso destes estudantes — que tipos de conteúdos preferem, em que formatos acedem às notícias, com que frequência, que conhecimento possuem sobre jornais nacionais e regionais e qual a importância que atribuem ao digital e às redes sociais. Os dados preliminares recolhidos revelaram-se úteis na elaboração deste relatório, servindo também de base para futuras investigações.

No contexto atual, os meios de comunicação — e os jornais em particular — têm procurado estratégias para captar e manter a atenção do público, tentando preservar a relevância que outrora detinham. Esta tarefa, porém, tem-se revelado cada vez mais difícil. O público mais envelhecido ainda mantém o hábito de leitura em formato físico, mas os mais jovens preferem consumir informação através das redes sociais e das plataformas digitais. Torna-se, assim, essencial que os media se adaptem, criando espaços que valorizem as vozes das gerações mais jovens, oferecendo acessibilidade, rapidez e conteúdos ajustados aos seus interesses.

O jornal tradicional, por sua vez, não dispõe de mecanismos eficazes para conhecer a opinião dos leitores nem de ferramentas analíticas que permitam compreender com exatidão o seu público. A experiência da leitura mudou: o hábito de folhear foi substituído pelo *scroll*, e as leituras extensas deram lugar à procura de títulos, resumos e vídeos curtos. Neste novo paradigma, os jornais precisam de reinventar-se para acompanhar as tendências de consumo, apostando em formatos diversificados e numa produção jornalística mais próxima, personalizada e interativa.

A imprensa regional, em particular, carece de maior visibilidade, financiamento e reconhecimento. Muitas publicações enfrentam dificuldades estruturais, carecem de organização, recursos humanos e técnicos e sobrevivem com grande esforço e dedicação. No entanto, há exemplos de resistência e inovação.

O caso do Sul Informação é um desses exemplos paradigmáticos. Este jornal digital, sediado em Faro, distingue-se pela sua relevância, credibilidade e proximidade com a comunidade. O seu trabalho tem sido reconhecido a nível local e nacional, como se comprova pelo número de leitores, seguidores nas redes sociais e prémios recebidos.

A equipa do Sul Informação, liderada por uma direção dinâmica, aposta fortemente na inovação: vai ao terreno, faz reportagens originais, grava vídeos informativos, criou uma aplicação para facilitar a comunicação com os leitores, abrange temas do Algarve e do Alentejo — muitas vezes ignorados pelos media nacionais — e lançou uma revista digital própria. Além disso, modernizou recentemente o design do seu website e mantém uma presença ativa nas redes sociais. Estas estratégias permitiram-lhe fidelizar o seu público e conquistar credibilidade.

Apesar da dimensão reduzida da redação, a equipa revela-se coesa, dedicada e colaborativa. O trabalho desenvolvido é um exemplo de como é possível fazer jornalismo regional de qualidade, mesmo com recursos limitados, desde que existam visão, estratégia e compromisso com a comunidade.

No entanto, a realidade da maioria dos jornais regionais é bastante diferente. A escassez de financiamento, a falta de profissionais, as limitações logísticas e técnicas e a escassa realização de reportagens aprofundadas constituem obstáculos à produção de um jornalismo mais relevante e informativo. A produção de conteúdos jornalísticos de maior fôlego implica tempo, deslocações e investimento, o que nem sempre é possível. Ainda assim, como demonstra o exemplo do Sul Informação, com organização e inovação é possível alcançar bons resultados.

A imprensa regional tem um papel fundamental na coesão e identidade das comunidades locais. Para garantir a sua sustentabilidade, é necessário promover apoios que aliviem os custos operacionais, incentivar colaborações com empresas e instituições locais, criar mecanismos de financiamento através de publicidade e patrocínios e apostar em modelos de assinatura digital. Igualmente importante é a aposta contínua na transformação tecnológica: atualização dos websites, uso eficaz das redes sociais, organização de eventos, criação de conteúdos multimédia, e desenvolvimento de formas de monetização digital.

Outro fator decisivo é a relação de confiança com os leitores. É imprescindível que os jornais regionais se mantenham fiéis aos princípios de rigor, transparência e

originalidade, combatendo ativamente a desinformação e a superficialidade.

Retomando a questão que deu origem a este trabalho — “O que é um jornal regional no mundo digital?” — a resposta, após esta análise, é clara: é um órgão de comunicação que procura adaptar-se constantemente às exigências de um novo ecossistema mediático, reinventando-se para sobreviver e continuar a cumprir a sua missão informativa. O jornal regional digital é uma plataforma que informa com proximidade, rapidez e interatividade. É, também, um espaço de oportunidade para alargar públicos, explorar novos formatos e criar formas de participação cívica.

Para continuar a existir, a imprensa regional precisa de adotar estratégias integradas: implementar modelos de assinatura, explorar a publicidade digital, fomentar parcerias, reforçar a sua credibilidade e combater a desinformação. Deve também investir em tecnologia, criar conteúdos multimédia (fotografias, vídeos, podcasts), explorar a interatividade e a personalização de conteúdos, manter uma presença ativa nas redes sociais e manter sempre o foco no seu público-alvo.

Acima de tudo, a imprensa regional deve continuar a fazer a diferença, produzindo trabalhos originais com verdade, responsabilidade e compromisso com as comunidades que representa.

9. Bibliografia

- Banco Alimentar do Algarve. (2024). Quem Somos.
<https://www.bancoalimentar.pt/quem-somos/>
- Camponez, C. (2002). *Jornalismo de Proximidade. Rituais de comunicação na imprensa regional*. Minerva Editora.
- Cardoso, G., & Baldi, V. (Coords.). (2024). *50 anos de (R)evolução na comunicação*.
https://obercom.pt/wp-content/uploads/2024/04/25Abril_50anos_PUB_23Abril.pdf
- Cardoso, G., & Mendonça, S. (2013). *A Imprensa em Portugal. Performances e indicadores de gestão: consumo, procura e distribuição. Relatórios OberCom (4.ª ed.)*.
https://obercom.pt/wp-content/uploads/2016/07/2016_OBERCOM_A_Imprensa_em_Portugal.pdf
- Carvalho da Silva, R. (2020, 5 de dezembro). *A Transição do Jornalismo - Do Século XIX ao Século XX*. Universidade Estadual Paulista.
<http://arquivo.bocc.ubi.pt/pag/silva-rodrigo-carvalho-transicao-do-jornalismo.pdf>
- CCDR Norte. (2021, 1 de fevereiro). *Aprovados incentivos do Estado à Comunicação Social Regional e Local da Região Norte*.
<http://www.ccdrn.pt/noticia/servicos/aprovados-incentivos-do-estado-comunicacao-social-regional-e-local-da-regiao-norte>
- Código Deontológico. (2017). <https://jornalistas.eu/codigo-deontologico/>
- Coelho, A., Rodrigues, A. F., Sousa, F., & Coelho, R. (2024, 19 de março). *Jornalismo, democracia, censura: história e atualidade*. *Revista Minerva Universitária*.
<https://www.revistaminerva.pt/jornalismo-democracia-e-censura-perspetiva-historica-e-atualidade/>
- Coelho, C. (2015). *O Lugar da Fotografia na Construção da Notícia* [Dissertação, Escola Superior de Educação de Portalegre].
<https://1library.co/document/z1e163py-fotografia-construcao-percecao-fotojornalistas-criterios-noticiabilidade-fotojornalismo-portugues.html>
- Comissão da Carteira Profissional de Jornalista. (s.d.). *Estatuto do Jornalista*.
<https://www.ccpj.pt/media/1042/estatuto-do-jornalista.pdf>
- Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Alentejo. (2023, 21 de dezembro). *Regime de Incentivos do Estado à Comunicação Social – 2023*. www.ccdr-

- a.gov.pt/regime-de-incentivos-do-estado-a-comunicacao-social-2023/
Crato, N. (1986). *Comunicação Social - A Imprensa. Iniciação ao Jornalismo*. Editorial Presença.
- Di Fátima, B. (2021). Quarta Vaga da reportagem: retratos em português. *Media & Jornalismo*, 21(38), 77–98. https://doi.org/10.14195/2183-5462_38_4
Diário da República. Imprensa Regional.
<https://diariodarepublica.pt/dr/lexionario/termo/imprensa-regional>
Diário da República. Lei de Imprensa - Capítulo I.
<https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada/lei/1999-34439075-43455675>
- ERC. (2010). *A Imprensa Local e Regional em Portugal* (1ª ed.).
<https://www.erc.pt/documentos/ERICImprensaLocaleRegionalfinal.pdf>
- ERC. (2014). *Públicos e Consumos de Média: O consumo de notícias e as plataformas digitais em Portugal e em mais dez países* (1ª ed.).
<https://www.erc.pt/download/YToyOntzOjg6ImZpY2hlaXJvIjtzOjM4OiJtZWVpYS9lc3R1ZG9zL29iamVjdG9fb2ZmbGluZS82OS4xLnBkZiI7czo2OiJ0aXR1bG8iO3M6MzU6ImVzdHVkby1wdWJsaWNvcy1lLWNvbnN1bW9zLWVW1lZGhIj9/estudo-publicos-e-consumos-de-media>
- Faustino, P. (2004). *A Imprensa em Portugal*. Media XXI.
- García, A. (2024). Inteligência artificial e desinformação: papel nos conflitos do século XXI. Centro de Estudos Estratégicos Del Ejército Del Perú. https://ceeep.mil.pe/wp-content/uploads/2024/08/PDF-IA-e-desinformacao-papel-nos-conflitos-do-seculo-XXI-Adolfo-Arreola-Garcia_15-ago.pdf
- Grupo Marktest. (2021, 14 de setembro). Bareme Internet 2021.
www.marktest.com/wap/a/n/id~27e2.aspx.
- Margarida, J. (2013). *A Imprensa Regional e Local: Estudo de Caso do Jornal O Ribatejo* [Dissertação de Mestrado, Escola Superior de Comunicação Social, Instituto Politécnico de Lisboa].
<https://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/3221/4/TOTAL%20-%20tese%20-%20joana.pdf>
- Marketeer. (2024, 18 de dezembro). 2 em cada 3 portugueses leram ou folhearam jornais e revistas em 2024. <https://marketeer.sapo.pt/2-em-cada-3-portugueses-leram-ou-folhearam-jornais-e-revistas-em-2024/>
- Mendes, B. S. (2021). *O Jornalismo Local e Regional: O caso do Fórum Covilhã*

- [Relatório de Estágio, Universidade de Coimbra]. Repositório Científico da UC. https://estudogeral.uc.pt/bitstream/10316/97017/1/BarbaraMendes_versaofinal.pdf
- Mesquita, J. C. (1988). *História da Imprensa do Algarve*. Comissão de Coordenação da Região do Algarve.
- Mimoso, M. (2020, 8 de maio). Imprensa Regional: “Por Um Jornalismo Forte Em Todo O País”. APD Portugal. www.apd.pt/imprensa-regional-por-um-jornalismo-forte-em-todo-o-pais/.
- Município de Oeiras. (1999). Imprensa Regional: Sobrevivência, Redenção ou a Última Oportunidade.
- O Mirante. (2024, 9 de maio). Publicação de jornais e revistas desce para metade em Portugal. <https://omirante.pt/sociedade/2024-05-09-publicacao-de-jornais-e-revistas-desce-para-metade-em-portugal-6086094e>
- Pedro, C. (2016). *Critérios de noticiabilidade e jornalismo* [Relatório de estágio, Universidade de Coimbra]. <https://estudogeral.uc.pt/bitstream/10316/85627/1/RELAT%C3%93RIO%20FINAL.pdf>
- Regime de Incentivos do Estado à Comunicação Social para 2024. (2024). www.sg.pcm.gov.pt/a-sgpcm/noticias/2024/marco/regime-de-incentivos-cs/
- Ribeiro, J. (2010). *A imprensa regional e as comunidades locais: Jornal Alvorada: Caracterização de um quinzenário local do concelho da Lourinhã* [Dissertação de mestrado, Iscte - Instituto Universitário de Lisboa]. <http://hdl.handle.net/10071/3969>
- Rodrigues, A. D. (1999). *As Técnicas da Comunicação e da Informação*. Editorial Presença.
- Rodrigues, A., Dionísio, E., & Neves, H. (1983). *Comunicação Social e Jornalismo* (2ª ed.). A Regra Do Jogo.
- Santos, N. (2024, 9 de outubro). A Imprensa. Associação Portuguesa de Imprensa. <https://apimprensa.pt/conheca-as-novas-medidas-para-a-comunicacao-social/>
- Simão, R. (2024, 8 de outubro). Governo desembolsa 55 milhões de euros com pacote para a comunicação social. *Diário de Notícias*. <https://www.dn.pt/economia/governo-desembolsa-55-milhoes-de-euros-com-pacote-para-a-comunicacao-social>
- Sousa, J. P. (2001). Elementos de jornalismo impresso. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. <http://bocc.ufp.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-de-jornalismo-impresso.pdf>
- Sousa, J. P., & Lima, H. (2020). História do jornalismo em Portugal: proposta de

- periodização. *Revista Brasileira de História da Mídia*, 9(2).
<https://revistas.ufpi.br/index.php/rbhm/article/view/12183/7227>
- Sousa, J. P., & Lima, H. (2021). História do jornalismo em Portugal: proposta de periodização. *Revista Brasileira de História da Mídia*, 9(2).
<https://doi.org/10.26664/issn.2238-5126.92202012183>
- Sul Informação. (2024). Sobre Nós. www.sulinformacao.pt/
- Tavares, A. G. (2024, 28 de julho). Imprensa Regional. NotíciasLX.
<https://noticiaslx.pt/2024/07/28/imprensa-regional-2024/>
- Tavares, M. N. (2018). Comunicação, poder e jornalismo – O quarto poder na era digital. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicação*, 40.
<http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2018.i40.07>
- Teixeira, A.R.C (2018) Fotojornalismo em Portugal: a cobertura do 25 de Abril de 1974. [Dissertação de mestrado, Iscte].
https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/18252/1/master_ana_cleto_teixeira.pdf
- Tengarrinha, J. (1989). História da Imprensa Periódica Portuguesa. Caminho.
- Torre, M. (2017). Fotojornalismo em Portugal: o olhar dos profissionais face ao conteúdo publicado na internet por parte dos fotógrafos amadores [Dissertação, Escola Superior de Comunicação Social]. <http://hdl.handle.net/10400.21/8268>
- Traquina, N. (2000). *O Poder do Jornalismo: Análise e Textos da Teoria do Agendamento*. Minerva.
- Traquina, N. (2001). *O estudo do jornalismo no século XX*. Editorial Unisinos.
- Traquina, N. (2002). *Jornalismo*. Quimera Editores.
- Wolf, M. (1992). *Teorias da Comunicação* (2ª ed.). Editorial Presença.
- Zamith, F. (2008). *Ciberjornalismo: As potencialidades da Internet nos sites noticiosos portugueses*. Edições Afrontamento.
- Zamith, F. (2013). *A contextualização no Ciberjornalismo*. Edições Afrontamento.

10. Anexos



Figura 12- Reportagem sobre o Banco Alimentar



Figura 13- Reportagem sobre a padaria "Mr. Portuguese"



Figura 14- Reportagem da Associação Cabanas da Meia-Noite

