



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

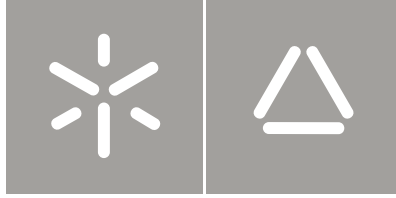
Nuno Miguel Vaz Nascimento

A região nas plataformas:
O caso da Nordeste TV

Nuno Miguel Vaz Nascimento A região nas plataformas: o caso da Nordeste TV

UMinho | 2015

Outubro de 2015



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Nuno Miguel Vaz Nascimento

A região nas plataformas:
o caso da Nordeste TV

Relatório de estágio
Mestrado em Ciências da Comunicação
Especialização em Audiovisual e Multimédia

Trabalho efectuado sob a orientação do
Professor Doutor Alberto Sá

DECLARAÇÃO

RELATIVA AO DEPÓSITO DA DISSERTAÇÃO NO REPOSITÓRIUM

Nome: Nuno Miguel Vaz Nascimento

Endereço Electrónico: nunomvnascimento@gmail.com

Telefone: 938599480

N.º do Cartão de Cidadão:12725591

Título da Tese de Mestrado: A região nas plataformas: O caso da Nordeste TV

Orientador(es): Doutor Alberto Sá

Ano de conclusão: 2015

Designação do Mestrado: Mestrado em Ciências da Comunicação – Especialização em Audiovisual e Multimédia – Ramo Profissionalizante

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO INTEGRAL DESTA TESE/TRABALHO, APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE.

Universidade do Minho, _____, de _____ de 2015.

Assinatura: _____

“The sun is gone, but I have two lights”...

Às minhas “lights” Maria e Cátia

Agradecimentos

Em primeiro lugar gostaria de agradecer aos meus pais pelo apoio em mais esta fase da minha vida,

Não posso esquecer e agradecer mais uma vez à minha princesa Maria e à minha irmã Cátia, sem as quais nunca teria conseguido chegar ao fim desta etapa,

A toda a gente na Pressnordeste, por todo o apoio e carinho prestado ao longo do estágio,

Ao meu orientador, Professor Doutor Alberto Sá por todo o apoio prestado, paciência e palavras de encorajamento,

Ao Afonso, Professora Manuela, Ana Martins e Ana Fragoso pela disponibilidade demonstrada e por toda a colaboração prestada,

À Andreia pela ajuda incansável prestada (desculpa ter-te feito ires de férias mais tarde),

À delegação da LVTV em Bragança por toda a coragem e camaradagem,

Aos meus avós,

À minha malta, principalmente ao Gil e à Mariana por todo o encorajamento e conversas acerca do assunto,

A todos os transmontanos, que ajudaram, intensionalmente ou sem intenção.

Resumo

A região nas plataformas: o caso da Nordeste TV

Palavras chave: Televisão, Web-tv, Televisão digital terrestre, Proximidade

O distrito de Bragança é, por vezes, negligenciado nas notícias que passam nos canais generalistas, quer seja em termos de promoção da região quer pelo levantamento de assuntos de interesse para os seus habitantes. Este é o mote para o presente trabalho: o estudo da viabilidade para a criação de um canal de televisão em que temática incide sobre o distrito de Bragança, seja pela programação seja pelo acesso generalizado com recurso às plataformas tecnológicas para a sua transmissão.

Neste trabalho será aprofundada a importância de haver nas plataformas da Web uma forma de fazer chegar a um universo mais lato os conteúdos sobre a região, encurtando distâncias entre o local e o público. Em várias regiões do país foram criados canais de televisão regional, sendo que em Bragança, apesar de várias tentativas, nunca foi possível uma implementação do mesmo. Sendo considerada uma das regiões mais negligenciadas do país, era justificável a região já possuir este meio de comunicação. A falta de investimento dos órgãos de comunicação local neste meio é justificável pela falta de retorno monetário do mesmo, mas também porque os meios possíveis de transmissão não são acessíveis a todos os cidadãos da região, principalmente porque a população da região está envelhecida e não tem ou não sabe aceder aos meios de transmissão existentes e possíveis para a criação da plataforma. O meio de implementação, para reduzir custos e pela viabilidade só poderá ser via Web, logo teria de existir uma sensibilização e uma divulgação forte dentro da região. Quanto a custos, deveria empreender-se uma campanha de angariação de publicidade, para posteriormente se realizarem spots publicitários, para que se pudesse reduzir as perdas monetárias.

Dada a proximidade geográfica, será convocado a título comparativo a realidade verificada na vizinha Espanha com o processo de migração para a TDT, a televisão digital terrestre, que veio alargar a projeção das suas várias regiões por meio de canais regionais

existentes na grelha nacional espanhola.

Abstract

The region on the platforms: the case of Nordeste TV

Keywords: TV, Web-TV, Digital terrestrial television, Proximity

The district of Bragança is often overlooked on the news presented on generalista channels, whether in terms of promotion of the region, or on the raising of issues of interest to its inhabitants. This is the motto for this work: the study of the feasibility of creating a TV channel focused on the district of Bragança, through its programmes and generalized access by using technological platforms for its transmission.

It will be further investigated the importance of the Web platforms as a way to reach a broader universe with the information on the region, shortening distances between the local and the public scene. Regional TV channels have been created in several regions of the country, but in Bragança, despite several attempts, its implementation was never possible. Being considered one of the most neglected regions of the country, it was reasonable to already have this kind of media on the region of Bragança. The lack of investment of the local media is justified by its lack of financial return, but also because these kind of broadband transmission media are not accessible to all citizens, mainly because the population of the region is aged and does not have access or does not know how to access the existing broadband transmission media that make possible the creation of the platform. To reduce costs and be feasible, the implementation could only be made via Web, which implies a strong promotion and consciousness campaign within the region. As for costs, it should be undertaken an advertising fund raising campaign and, subsequently, the creation of advertising spots, in order to reduce financial losses.

Given the geographic proximity, this reality will be compared with the reality verified in neighbouring Spain, regarding to the migration process to DTT, Digital terrestrial television, which extended the visibility of its various regions through the regional channels broadcast in the Spanish national grid.

ÍNDICE GERAL DE CONTEÚDOS

AGRADECIMENTOS.....	iii
RESUMO.....	iv
ABSTRACT.....	vi
1 - Introdução	1
2- A Pressnordeste.....	3
2.1 - Criação e desenvolvimento do grupo.....	3
2.2 - Recursos e meios utilizados.....	4
2.3 - O estágio e o seu desenvolvimento.....	5
3 - Objeto de estudo.....	15
4 - Problemática.....	20
5 - Metodologias.....	30
5.1 – Inquérito.....	30
5.2 – Entrevista.....	31
5.3 – Dados de acesso.....	32
5.4 – Revisão da bibliografia.....	32
6 - Resultados.....	33
6.1 – Inquérito: tratamento de dados.....	33
6.2 - Entrevista a profissionais da área.....	39

6.3 - Estatísticas das plataformas.....	40
6.3.1 - Facebook.....	41
6.3.2 - Meo Kanal.....	44
7 - Conclusões.....	46
8 – Referências bibliográficas.....	48
Anexos.....	50

PORTEFÓLIO DE ESTÁGIO

Todos os grafismos foram elaborados no âmbito do estágio

1 – *Resumo Gala Prémios Nordeste Desporto 2014* (Publicado em 28 de Agosto de 2014) -

<https://www.youtube.com/watch?v=mhYgNUwJN1c>

2 - *Prémio EDP Empreende Tua 2014* (Publicado em 28 de Agosto de 2014) -

<https://www.youtube.com/watch?v=LbjWtlCIHwk>

3 - *Festa da História Bragança 2014* (Publicado em 28 de Agosto de 2014) -

<https://www.youtube.com/watch?v=HaH2aVGwA1M>

4 - *Final do Campeonato Nacional de Chegas de Touros 2014* (Publicado em 28 de Agosto de 2014) - <https://www.youtube.com/watch?v=L58OSIVgVy0>

5 - *31 anos de museu militar* (Publicado em 29 de Agosto de 2014) -

https://www.youtube.com/watch?v=ld6b_LO4-N4&feature=youtu.be

6 - *5 perguntas- Zé Pedro (Xutos & Pontapés)* (Publicado em 30 de Agosto de 2014) -

<https://www.youtube.com/watch?v=3DsKK-1LX7o>

7 - *Nordeste Desporto* (Publicado em 1 de Setembro de 2014) -

<https://www.youtube.com/watch?v=WAVtBqe0F8c>

8 - *Inauguração da Unidade de Cuidados Continuados João Paulo II no Hospital Terra Quente* (Publicado em 2 de Setembro de 2014) - <https://www.youtube.com/watch?v=ufzjfezP7ts>

9 - *Raizes em Carrazeda de Ansiães* (Publicado em 3 de Setembro de 2014) -

https://www.youtube.com/watch?v=58IRdII1_7A

10 - *Parque de Campismo Municipal* (Publicado em 5 de Setembro de 2014) -

https://www.youtube.com/watch?v=UHSp-sp1_pw&feature=youtu.be

11 - *Cortes no IPB* (Publicado em 5 de Setembro de 2014) -

<https://www.youtube.com/watch?v=476WSe2-Cc8&feature=youtu.be>

12 - *Feira do Naso* (Publicado em 9 de Setembro de 2014) -

<https://www.youtube.com/watch?v=NzXzi-UOlcE&feature=youtu.be>

13 - *Raizes em Santo Antão da Barca* (Publicado em 10 de Setembro de 2014) -

https://www.youtube.com/watch?v=ZJaBf_tqqAw&feature=youtu.be

14 - 10 cursos do IPB sem alunos (Publicado em 11 de Setembro de 2014) -

<https://www.youtube.com/watch?v=221RgSoamFM&feature=youtu.be>

15 - 5 Perguntas - Vítor Esteves (Diretor Agrupamento de escolas Mirandela) (Publicado em 13 de Setembro de 2014) - <https://www.youtube.com/watch?v=AWmZvTzdVBM>

16 - Meteorologia distrito (15 a 21 de Setembro) (Publicado em 14 de Setembro de 2014) -

<https://www.youtube.com/watch?v=iPs51BZH1Y>

17 - Raízes em Dine (Publicado em 24 de Setembro de 2014) -

https://www.youtube.com/watch?v=5AYGIYGV_tM

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 – Organograma PressNordeste.....	51
ANEXO 2 – Instalações PressNordeste.....	53
ANEXO 3 – Ficha de conteúdos da Formação em Técnicas Jornalísticas na Região Norte.....	57
ANEXO 4 – Modelo de inquérito.....	63
ANEXO 5 – Modelo de entrevista a Profissionais da área.....	68
ANEXO 6 – Estatísticas das plataformas.....	70
6.1– Facebook.....	71
6.2– Meo Kanal.....	76

ÍNDICE DE FÍGURAS

Figura 1 - Logótipo Nordeste TV.....	6
Figura 2 - "Bolacha" feita no Software Cinema 4d.....	6
Figura 3 - Template oráculo Notícias.....	6
Figura 4 - Template oráculo do programa "5 perguntas".....	6
Figura 5 - Template genérico do programa "Raízes".....	7
Figura 6 - Template genérico do programa "5 perguntas".....	7
Figura 7 - Template genérico utilizado para as notícias.....	8
Figura 8 - Screenshot Genérico Gala Nordeste Desporto 2014.....	9
Figura 9 - Screenshot de animação para categoria para a Gala Prémios Nordeste Desporto 2014.....	10
Figura 10 - Screenshot de Plano-Geral Gala Prémios Nordeste Desporto 2014.....	11
Figura 11 - Screenshot de Plano-Fechado na Gla Prémios Nordeste Desporto 2014.....	11
Figura 12 – Receção.....	54
Figura 13 - Estúdio 1.....	54
Figura 14 - Estúdio 2.....	55
Figura 15 – Estúdio 3.....	55
Figura 16 – Redação.....	56
Figura 17 - Gabinete de paginação e multimédia.....	56

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Média de visualizações (por tempo).....	45
--	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Género dos inquiridos.....	33
Gráfico 2 - Idade dos inquiridos.....	34
Gráfico 3 - Nível de escolaridade dos inquiridos.....	34
Gráfico 4 - Conselho de naturalidade dos inquiridos.....	35
Gráfico 5 - Conselho de residência dos inquiridos.....	36
Gráfico 6 - Respostas à pergunta "Na sua opinião, seria importante a criação de uma TV regional no distrito de Bragança?"	36
Gráfico 7 - Respostas à pergunta "Em que plataforma assistiria a TV regional (se necessário, assinale mais do que um item)"	37
Gráfico 8 - Respostas à pergunta "Que tipo de programas acharia importantes assistir? (Se necessário assinale mais que 1 item)".....	38
Gráfico 9 - Número de "Comentários", "Gostos" e "Partilhas" no período entre 26 de Agosto e 1 de Setembro de 2014.....	41
Gráfico 10 - Alcance das partilhas no período de 26 de Agosto e 1 de Setembro de 2014.....	41
Gráfico 11 - Número de "Comentários", "Gostos" e "Partilhas" no período entre 3 de Setembro e 8 de Setembro de 2014.....	42
Gráfico 12 - Alcance das partilhas no período de 3 de Setembro e 8 de Setembro de 2014.....	42
Gráfico 13 - Número de "Comentários", "Gostos" e "Partilhas" no período entre 9 de Setembro e 16 de Setembro de 2014.....	43
Gráfico 14 - Alcance das partilhas no período de 9 de Setembro e 16 de Setembro de 2014.....	43

Gráfico 15 - Número de "Comentários", "Gostos" e "Partilhas" no período entre 16 de Setembro e 23 de Setembro de 2014.....	44
Gráfico 16 - Gráfico - Acessos e Utilizações na plataforma no período de 6 a 26 de Agosto de 2014.....	44

*“A chave de um regime não reside nem na constituição,
nem no número de câmaras,
nem no modo de eleição, nem na polícia.
A chave de um regime reside na informação.”*

Alfred Sauvy

1.Introdução

O presente Relatório de Estágio subordinado ao tema “Nordeste TV: A televisão de uma região”, diz respeito ao estágio profissional do Mestrado em Ciências da Comunicação – Audiovisual e Multimédia, ocorrido na empresa PressNordeste sob a orientação na empresa de João Campos e sob a supervisão científica do professor Doutor Alberto Sá.

Pretendeu-se com este estágio entender a importância da criação de um canal regional no distrito de Bragança, a viabilidade da sua criação, as dificuldades da sua implementação, conhecer e dinamizar as motivações para o seu lançamento e finalmente compreender as expectativas do ponto de vista do utilizador.

O estágio foi realizado no grupo de comunicação do Distrito de Bragança PressNordeste, o que permitiu aliar neste relatório a experiência profissional adquirida na criação de conteúdos para a Nordeste TV, bem como sentir as dificuldades existentes para a criação e viabilidade da plataforma, com a prática de investigação (recolha de evidências de profissionais da área da comunicação, através de inquéritos/questionários, relativos à temática da criação de um canal regional).

Partindo do princípio que Bragança é dos poucos distritos do país que não possui um canal de televisão em nenhuma plataforma (internet, Televisão Digital Terrestre, TV por cabo), decidiu-se tentar entender o porquê da situação. Sendo a PressNordeste um grupo de comunicação que possui outros meios (rádio, jornal) e já tinha sido protagonista várias vezes na tentativa de lançar a Nordeste TV sem sucesso, foi proposta a tentativa de relançar o canal e com isso estudar as estatísticas deste.

Com a tentativa de relançamento foram também efectuados inquéritos para tentar entender a opinião do público alvo para se poder organizar uma grelha de programação que fosse de encontro com estes, bem como a de verificar a viabilidade das plataformas de transmissão possíveis para o mesmo.

Durante todo este processo teve-se sempre em conta a questão da importância de um canal de televisão com conteúdos da região, desde as notícias que ocorrem por lá até à criação de conteúdos da história e raízes da região. A questão que irá ser aprofundada será a importância de canais de televisão regionais e o impacto que os mesmos poderão ter na população, bem como as plataformas mais viáveis para a transmissão do canal, utilizando estatísticas de plataformas usadas numa das tentativas de lançar o canal.

Também abordaremos algumas das questões possíveis para a difícil implementação de um canal na região, o que complementaremos com algumas entrevistas feitas a profissionais da área, onde nos darão a sua opinião sobre a criação e viabilidade deste meio de comunicação de proximidade.

O presente relatório está estruturado da seguinte forma: na Introdução apresentaremos o âmbito do trabalho e o objeto de estudo, seguido de um capítulo dedicado à caracterização do período de estágio, incluindo a descrição da empresa e o relato das actividades desenvolvidas. Segue-se a parte mais extensa do relatório – A Press Nordeste - subdividido em três partes: Criação e desenvolvimento do grupo, Recursos e meios utilizados e O estágio e o seu desenvolvimento. O terceiro ponto diz respeito ao Objeto de estudo, nomeadamente explicar o porquê da tentativa de lançamento de um canal regional no distrito de Bragança. Num quarto ponto irá fazer-se referência à problemática do objeto de estudo, fazendo menção aos problemas e motivações para a criação do mesmo. No ponto cinco serão explicadas as metodologias utilizadas para o desenvolvimento deste estudo. Por fim no ponto seis ir-se-á apresentar os resultados obtidos, dividindo em três partes: Inquérito, Entrevista a profissionais da área e Estatísticas das plataformas.

2. A Pressnordeste

2.1 Criação e desenvolvimento do grupo

A empresa Pressnordeste unipessoal, foi lançada em 2006 com a aquisição do Jornal Nordeste.

Em Maio de 2010, a Pressnordeste agrupou os periódicos a “Voz do Nordeste”, o “Informativo” e a revista “MAS”, e passou de empresa unipessoal a sociedade composta por quatro empresários: dois da área da comunicação social, um do sector imobiliário e outro ligado à consultoria e investimento.

Um reforço de capital de cinco para dez mil euros serviu para novas aquisições, havendo ainda em vista a aquisição de uma rádio, o que viria a acontecer no início de 2012, a qual foi denominada “Brigantia”.

Como horizonte, o desejo de criar o primeiro grupo de Comunicação Social de Trás-os-Montes.

O rosto do novo projeto era o jornalista João Campos que, em 2003, tinha adquirido o jornal “Nordeste” transformando-o numa empresa saudável financeiramente, sem grandes problemas de tesouraria.

Os títulos adquiridos estavam suspensos por falta de meios para a sua publicação, mas João Campos garantia que a ideia era manter as publicações e estas deveriam regressar às bancas antes do final do Verão com conteúdos diferentes.

Segundo explicava na altura, o projeto passava por criar uma oferta diversificada aos leitores e ao mercado de publicidade, mantendo o jornal “Nordeste” como generalista e apostando em conteúdos especializados nas restantes publicações, seja as de natureza empresarial, desportiva ou social (in Jornal de Notícia, edição de 28/05/2010).

O conjunto das publicações seria inicialmente assegurado por uma equipa redatorial de três jornalistas, mais alguns estagiários, avençados e correspondentes.

A ideia do grupo era juntar no mesmo espaço físico publicações e rádio, de modo a aproveitar sinergias, pondo de parte, no entanto, a possibilidade de uma redação conjunta.

Em Novembro de 2012, o grupo de comunicação adquire o jornal “Terra Quente”, sendo este relançado com novo design em Junho de 2013.

O grupo nesta altura detinha o Jornal Nordeste, a revista Voz, a Rádio Brigantia, a Alfândega FM e a Nordeste TV, a par de uma participação na Mirandum FM.

A Nordeste TV vai sendo deixada de parte, mesmo com várias tentativas de relançamento por várias pessoas novas que passam pela redação.

Em Julho de 2014 o grupo publicava o Jornal Nordeste, Jornal Terra Quente, e ainda detinha a Rádio Brigantia e a Alfândega FM. O Informativo foi transformado em suplemento desportivo, com nome de Nordeste Desporto.

A empresa à data do estágio contava nos seus quadros com quatro jornalistas, Teresa Batista, chefe de redação, Susana Madureira, Jornalista de desporto, as jornalistas Sara Geraldes, e Olga Telo Cordeiro, esta última com as funções de diretora do Jornal Terra Quente. Toda a equipa trabalhava no sentido de produzir conteúdos quer para as publicações escritas, quer para os blocos noticiosos das rádios detidas pela PressNordeste. Na área da rádio, trabalhava como locutor Paulo Afonso, que acumulava ainda as funções de diretor geral e diretor de programação. A equipa contava ainda com a locutora Carla Ferreira e com o locutor Rui Mouta que, juntamente com Celso Marinho, acumulava as funções de técnico comercial do grupo. O departamento Administrativo e Financeiro estava a cargo de Cidália Costa. A paginação das publicações estava a cargo de João Paulo Reis. No mesmo ano ainda contava com Rui Ferreira no departamento Audiovisual e Multimédia. O grupo pertencia a João Campos, como presidente da direção, Paulo Afonso, vice-presidente da direção, Eduardo Malhão, presidente da Assembleia Geral e Nuno Gomes, presidente do conselho fiscal¹.

2.2 Recursos e meios utilizados

Como a Pressnordeste é uma empresa especializada em imprensa escrita e radiofónica, optou-se por utilizar os meios em que os funcionários estariam mais à vontade para avançar com o projeto da Nordeste TV.

A empresa adquiriu um conjunto de câmaras, tanto de vídeo (“Canon XA 20”) como dSLR (“Canon 600d”). Foi ainda disponibilizada uma DSLR do modelo “Canon 100d”, que viria a ser o meio mais utilizado, juntamente com a Canon XA 20 para a captação de imagem.

¹ Consultar Anexo 1: Organograma PressNordeste

Juntamente com a Canon 100d foi ainda disponibilizado um iluminador, microfone externo e 2 tripés.

Na redação, o material existente era um computador com sistema operativo Windows 7, onde se utilizava o pacote Master Collection CS6 da Adobe, sendo os programas mais utilizados o Premiere, After Effects, Illustrator e Photoshop. No entanto, o estagiário utilizava o seu computador pessoal devido à falta de meios na redação, pois não existia um computador operacional com sistema operativo OS X 10.9 para permitir o acesso a programas como Cinema 4d, Final Cut Pro.

Aquando de saídas em trabalho estavam disponíveis 3 automóveis da empresa, devidamente caracterizados.

2.3 O estágio e o seu desenvolvimento

No início do estágio foi proposto pelo orientador da empresa a realização de uma formação dinamizada pela Pressnordeste e ministrada pelo Cenjor, com o tema “Técnicas Jornalísticas”², que iria contemplar quatro módulos:

- a) Jornalismo de Imprensa,
- b) Fotojornalismo e Edição de Imagem,
- c) Jornalismo Radiofónico e Edição de Som,
- d) Jornalismo Televisivo, Captação e Edição de Imagem.

Esta formação estendeu-se ao longo de Julho e foi ministrada às sextas-feiras e Sábados no Instituto de Emprego e Formação Profissional de Bragança. A formação revelou-se uma mais-valia, pois permitiu rever conceitos e aprender matérias relevantes a outras áreas do jornalismo, como compreender todo o trabalho elaborado pelos nossos colegas em outras áreas da profissão.

O estágio em si teve como nota dominante a criação de um canal de televisão regional para o distrito de Bragança e na tentativa de compreender a importância do mesmo para a região.

² Consultar Anexo 3: Ficha de conteúdos da Formação em Técnicas Jornalísticas na Região Norte

Numa primeira fase procedeu-se à elaboração da programação como forma de compreender os aspectos a abordar pelo canal, bem como a criação de vários grafismos para o canal, como os genéricos dos programas.

Foi decidido pelo diretor geral e pela equipa que em uma fase de arranque do canal se elaboraria uma grelha de programação semanal com aproveitamento de alguns programas difundidos pela Rádio Brigantia, numa tentativa de recorrer aos recursos já existentes na empresa, sendo que a cada dia da semana estaria reservado um programa pré-definido.

Quanto ao grafismo, procedeu-se à animação de um logótipo já existente e foi decidido modelar e animar o mesmo em 3D com recurso ao software Cinema 4d. Este logo seria integrado em todas as peças e programas elaborados ao longo da duração do canal de televisão em forma de “bolacha”, que é o meio utilizado para caracterizar o canal, ou seja, o logótipo no canto superior esquerdo da imagem identificaria que qualquer peça é pertencente ao mesmo, tornando-se assim a identidade do canal. A animação do logo é simples, em que a parte inferior se mantém estática e a superior estaria em rotação para conferir algum dinamismo. Este objecto apareceria sempre em todas as produções do canal em forma de ciclo continuado (loop).



Figura 1 - Logótipo Nordeste TV



Figura 2 - "Bolacha" feita no Software Cinema 4d

Também durante esta fase se tratou de elaborar as introduções e os “oráculos” para os programas que iriam ser difundidos no arranque do canal com recurso a alguns templates.



Figura 3 - Template oráculo Notícias



Figura 4 - Template oráculo do programa "5 perguntas"

Conjuntamente foi decidido que estes programas teriam forte enfoque regional com cobertura de notícias gerais, meteorologia semanal e desporto.

Escolhidos os templates para proceder à criação dos genéricos, trataram-se os mesmos de maneira a transmitir a identidade da empresa, de modo a facilitar a identificação pelo público em geral. Assim, foram usados tons verdes e azuis, seguindo as tonalidades do logótipo geral da empresa. Para a elaboração destes foi utilizado o software Adobe After Effects.

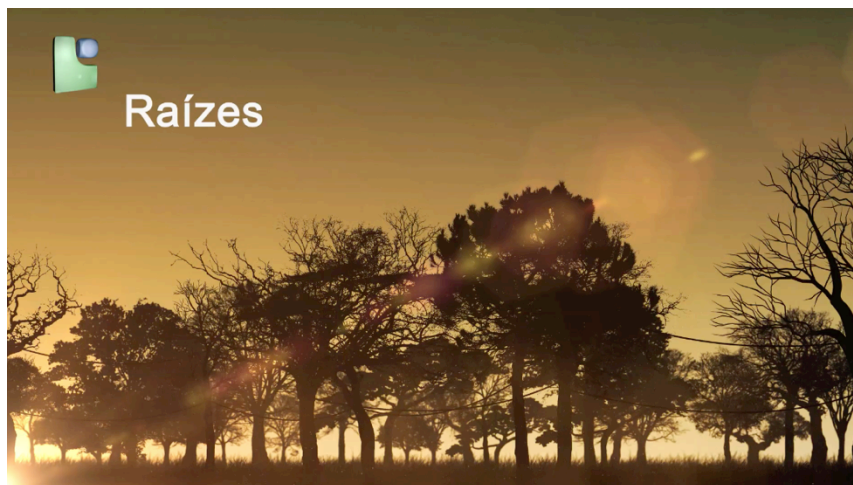


Figura 5 - Template genérico do programa "Raízes"



Figura 6 - Template genérico do programa "5 perguntas"



Figura 7 - Template genérico utilizado para as notícias

Numa segunda fase tratou-se da tentativa de perceber quais as plataformas mais viáveis para o início do projeto. Foi decidido que o canal iria ser difundido através das plataformas digitais Meo Kanal³ e da internet (numa primeira fase através de Facebook⁴ e mais tarde na elaboração de um site para o canal.

Estas eram as plataformas disponíveis com menos custos associados, sendo que ao mesmo tempo eram as que poderiam chegar ao maior número de pessoas, pois o serviço do “MEO Kanal”, proporcionado pelo operador de distribuição por cabo MEO, é uma oportunidade de alargar as ambições dos pequenos projetos de TV local na web que não têm

³ Canal 978000

⁴ <https://www.facebook.com/nordestetelevisao>

meios para evoluir para outras formas de distribuição dos seus conteúdos, e este serviço veio abrir as Web TV ao mundo.

Por fim procedeu-se à captação de imagens para os conteúdos dos programas, bem como à sua edição e publicação nas plataformas antes escolhidas. Foi decidido que se iria percorrer o distrito de Bragança, com o fim de usar as mais variadas imagens e de mostrar vários locais este, sendo estas imagens usadas nos genéricos elaborados para o canal.

Durante esta fase a empresa avançou para a produção da gala “Prémios Nordeste Desporto 2014”, a qual pretendia homenagear os desportistas do distrito premiados ao longo da época desportiva terminada.

Procedeu-se, então, ao apuramento desses premiados juntamente com a jornalista de desporto da empresa, seguindo-se uma elaboração de pequenos filmes que iriam apoiar a produção da gala que se viria realizar a 2 de Agosto de 2014 no Cine-Teatro de Torre de Moncorvo. Consequentemente, decidiu-se que a plataforma Nordeste TV seria lançada com um resumo da gala. Ao longo do primeiro mês de estágio procedeu-se ao levantamento da informação dos elementos necessários para a gala, como quais os atletas a homenagear, as categorias a premiar e os meios mais viáveis para o fazer.

Depois da fase de identificação dos atletas procedeu-se à elaboração de vídeos com as categorias que iriam ser premiadas, a serem projetadas em *loop* no dia da gala. Com recurso ao Adobe After Effects foram elaboradas pequenas animações para todas as categorias que iriam ser galardoadas na gala. Foi elaborada também uma pequena introdução em Adobe After Effects que consistia na animação de notícias que o Jornal Nordeste, propriedade da Pressnordeste, tinha publicado sobre os atletas que iriam ser homenageados. Após o levantamento destas notícias foi elaborada uma animação com as mesmas, sendo que foi tratado juntamente com a imagem da gala para dar uma uniformidade.



Figura 8 - Screenshot Genérico Gala Nordeste Desporto 2014



Figura 9 - Screenshot de animação para categoria para a Gala Prémios Nordeste Desporto 2014

Produzidos todos os meios audiovisuais necessários ao sucesso da gala procedeu-se a várias reuniões para encontrar os melhores meios para a projeção dos mesmos e captação de imagem no dia da gala.

Foi então decidido que se iria utilizar o software Boinx TV para a projeção dos vários elementos anteriormente produzidos para a gala, com recurso aos vários elementos cedidos pelo Cine-Teatro de Torre de Moncorvo. A escolha recaiu neste software pois permite fazer transições entre os variados vídeos produzidos, como se fosse uma produção em direto, sem pausas e sem quebras. Decidiu-se também que a captação em vídeo da gala iria ser realizado com recurso a duas câmaras de filmar.

Depois de uma visita ao referido Cine-Teatro elaborou-se o esquema de produção da gala.

Concordou-se que uma câmara deveria fazer um plano fixo geral, e a outra deveria fazer planos laterais mais pormenorizados. Por falta de pessoal, ficou patente que uma pessoa disponível trataria da projeção e sonorização da gala, encontrando-se na régie do Cine-Teatro e uma outra pessoa deveria operar as duas câmaras, o que se tornou um pouco complicado devido à variação de planos pretendidos e à restrição dos locais de captação de forma a não prejudicar o bom funcionamento da gala. Estas restrições centraram-se no facto de as imagens terem de ser captadas do balcão do Cine-Teatro, e por causa disso os planos teriam de ser picados. Além disso, e para se obter um maior dinamismo do vídeo que seria editado á posteriori, havia a necessidade de se fazer imagens dos mais variados locais a que havia acesso, sendo que se teria de controlar ao mesmo tempo a câmara que se encontrava a fazer o plano geral, sempre com o prejuízo de acabar o armazenamento ou baterias de ambas as câmaras.



Figura 10 - Screenshot de Plano-Geral Gala Prémios Nordeste Desporto 2014

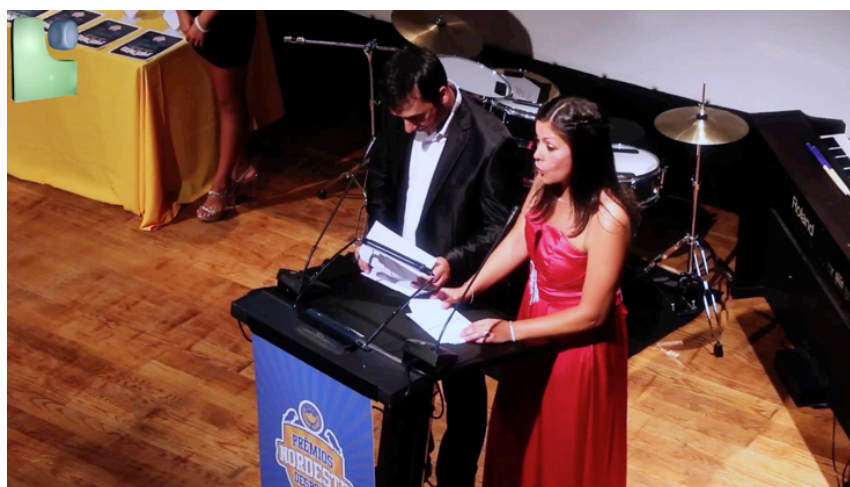


Figura 11 - Screenshot de Plano-Fechado na Gala Prémios Nordeste Desporto 2014

Após a produção da gala procedeu-se à pós-produção da mesma utilizando o software Final Cut Pro. Fez-se a montagem, sendo que devido à longa duração da gala, se optou por fazer um resumo dos melhores momentos da mesma.

Após uma longa e demorada pós-produção da gala⁵ e de uma ausência do diretor Geral da empresa, a gala foi publicada nas plataformas anteriormente escolhidas a 28 de Agosto de 2014, e consequentemente foi lançada a Nordeste TV.

Neste dia foram também publicados alguns conteúdos anteriormente produzidos para a plataforma, neste caso algumas peças jornalísticas elaboradas antes da autorização de lançamento do canal.

Por esta altura, não foi possível cumprir o lançamento da grelha de programação antes definida, quer por falta de meios, quer por falta de aviso ao departamento de audiovisuais e multimédia quando as jornalistas saíam em reportagem para os outros meios da empresa. Então, optou-se por tentar fazer uma cobertura diária de algum evento noticioso que ocorresse na região, sendo que seria necessário o acompanhamento de uma jornalista.

Estas coberturas aconteciam maioritariamente aos fins de semana, e eram captadas imagens para as publicações na Nordeste TV da semana seguinte.

Atendendo a esta matéria em análise por Bastos (2003, 11),

“pensar que o Jornalismo pode ser enfiado numa base de dados, e devidamente racionalizado; e que o jornalista da TV escreveu um discurso para uma peça, e que esse texto está, mais automatismo, menos automatismo, pronto para passar na rádio, ou para ser publicado num jornal, é algo que só podia passar pela cabeça de uns quantos yuppies iluminados (esses sim, “convergedos” dos anos 80).”

Este foi, precisamente, um dos grandes problemas da Nordeste TV: os textos das peças eram aproveitados, tanto para suporte papel, como para suporte áudio (rádio).

Após a publicação de algumas peças, a jornalista chefe de redação proibiu o departamento de audiovisual e multimédia da captação áudio de entrevistas que complementavam a peça jornalística, bem como a sua publicação nas plataformas da Nordeste TV antes destas serem publicadas no Jornal Nordeste, sendo que este é uma publicação semanal, a intemporalidade das peças publicadas seria afetada.

⁵ Consultar Portfólio de estágio: 1 – *Resumo Gala Prémios Nordeste Desporto 2014*

Como contraponto a esta medida, que em muito poderia afectar a continuidade do projecto, foi decidido continuar a acompanhar as jornalistas aos fins de semana para acompanhamento dos eventos, mas produzir para televisão uma rubrica com recurso a outros meios existentes na empresa. Foi elaborado o genérico para esta rubrica de nome “Raízes”⁶, ficando combinado que a jornalista que seria acompanhada faria uma voz-off em tempo útil para o programa.

O programa “Raízes” consistia em dar a conhecer tradições e locais dos variadíssimos concelhos do distrito.

Durante este processo decidiu-se acabar com um programa existente que se chamava “5 perguntas”⁷, pois a redação não avisava o departamento audiovisual para acompanhar as jornalistas, para além de não deixarem captar o som das mesmas.

Nesta altura são também lançados os blocos de “Nordeste Desporto”⁸ e de “Meteorologia”⁹, que eram programas gráficos, só com recurso a After Effects e Final Cut Pro. Ficou definido que aos domingos iria ser publicado a “Meteorologia”, às segundas o “Nordeste Desporto”, às quartas o “Raízes”, sendo que nos restantes dias seria publicada uma notícia que não tivesse perdido a actualidade. A segunda publicação da meteorologia começou a ser acompanhada pela voz-off por iniciativa de um dos locutores da Rádio Brigantia.

Durante cerca de um mês conseguiu-se publicar conteúdos diariamente nas plataformas, sendo que o diretor geral mandou cancelar as publicações do final do mês de Setembro, alegando sobrecarga da redação, e que aquele não era o caminho que pretendia dar à plataforma, que era o de a manter atualizada sobre os assuntos que se passavam na região.

Foi então comunicado pelo diretor geral que se iriam começar a elaborar spots publicitários para empresas que iriam ser indicadas, sendo que só se procedeu à captação de imagens de uma empresa, pois outras empresas que foram indicadas nunca se mostraram disponíveis para tal até ao termino no estúdio.

⁶ Consultar Portfólio de estúdio: 9 - *Raizes em Carrazeda de Ansiães*; 13 - *Raízes em Santo Antão da Barca*; 17 - *Raízes em Dine*

⁷ Consultar Portfólio de estúdio: 6 - *5 perguntas- Zé Pedro (Xutos & Pontapés)*; 15 - *5 Perguntas - Vítor Esteves (Diretor Agrupamento de escolas Mirandela)*

⁸ Consultar Portfólio de estúdio: 7 - *Nordeste Desporto*;

⁹ Consultar Portfólio de estúdio: 16 - *Meteorologia distrito* (15 a 21 de Setembro)

Durante todo o período de estágio, também me foi incumbida a tarefa de atualizar diariamente o site do Jornal Nordeste e as redes sociais da empresa.

Durante o estágio não houve um verdadeiro acompanhamento por parte do orientador da empresa, sendo que este esteve maioritariamente ausente e o apoio prestado foi feito pelos vários colaboradores da empresa, quer da rádio, quer de algumas jornalistas que prestaram auxílio para que a plataforma pudesse continuar. No dia 24 de Setembro foi publicada a última produção nas plataformas.

De referir que a maioria das produções para a plataforma foram realizadas por iniciativa própria, dada a indisponibilidade do colega do departamento de Audiovisuais e Multimédia, fato que o Diretor geral da Pressnordeste exultou no final do estágio.

Em termos gerais, não se pode considerar que o canal tenha tido o seu lançamento propriamente dito, mas correram-se etapas que resultaram em importantes testes, até culminarem com o cancelamento das publicações.

De referir, ainda, que para além das questões técnicas e operativas, o processo de implementação viu-se confrontado com questões de estratégia e de decisão política empresarial, sendo de destacar:

- a) A convergência de conteúdos levou ao descontentamento das jornalistas, pois não veriam a sua remuneração revista, tendo que produzir conteúdos para mais um meio para além dos já existentes;
- b) os conflitos pela partilha de conteúdos texto, vídeo e áudio entre as peças a colocar nas diferentes plataformas, desde o papel à rádio;
- c) a dinâmica de produção provocou descontentamento e um desfazamento estratégico na equipa;
- d) a falta de pessoal levou a uma sobrecarga dos trabalhadores da empresa;
- e) existiu algum desinteresse da direção do grupo, sendo que não se preocupou em arranjar alternativas aos conflitos existentes, tanto financeiros como laborais.

3. Objeto de estudo

“Loures, Amadora, Sintra, Guimarães, Porto, Bragança, Coimbra foram algumas das cidades onde existiram canais de televisão “pirata” com influência na comunidade, havendo conivência entre os responsáveis políticos que, não só toleravam as estações amadoras, como até lhes concediam entrevistas para os noticiários e participavam em debates. Foram projetos alimentados por um grande voluntarismo dos seus promotores e esforçadamente mantidos no ar à custa de muitas “fintas” à fiscalização” (Mota, 2005, 120).

Em várias regiões do país foram criados canais de televisão regional, sendo que em Bragança, apesar de várias tentativas, nunca foi possível uma implementação desta plataforma.

Sendo considerada uma das regiões mais negligenciadas do país, era justificável a região já possuir este meio de comunicação. A falta de investimento dos órgãos de comunicação local neste meio é explicada com a falta de retorno monetário do mesmo, mas também porque os meios possíveis de recepção não são acessíveis a todos os cidadãos da região, principalmente porque a população está envelhecida e não tem competências de literacia digital. O meio de implementação só poderá ocorrer via Web para reduzir custos e assegurar viabilidade, porém teria que existir uma sensibilização e uma divulgação forte na região para aquisição destas competências de acesso, nomeadamente no que concerne à literacia digital.

Batista (2007) escreveu no Jornal Nordeste que a Televisão Digital Terrestre (TDT) só iria disponibilizar acesso a canais regionais à população do litoral do País sendo que no distrito de Bragança só se continuaria a ter acesso aos canais em sinal aberto, ou seja RTP 1 e 2, SIC e TVI. Desta forma, o nascimento de televisões de âmbito regional no distrito de Bragança iria ser condicionado pelo sistema TDT, visto que não existiria disponibilização de sinal para a emissão de novos canais para o Nordeste Transmontano.

Já nesta altura se anunciava que a criação de um canal para a região só poderia ser implementado através de plataformas alternativas e não pela via mais acessível ao público, principalmente na região transmontana.

Quanto a custos, deveria empreender-se uma campanha de angariação de publicidade com a finalidade de reduzir as perdas monetárias, no pressuposto que, chegando a mais população, o retorno publicitário também seria maior.

Tendo como presente este cenário, este trabalho pretende focar-se nos seguintes pontos:

- 1 - Perceber a importância da existência de um canal regional no distrito de Bragança;
- 2 - Entender a viabilidade da sua criação;
- 3 - Aferir das dificuldades da sua implementação;
- 4 - Conhecer e dinamizar as motivações para o seu lançamento;
- 5 - Compreender as expectativas do ponto de vista do utilizador e da forma como serão cumpridas.

Dada a proximidade geográfica, será convocado a título comparativo a realidade verificada na vizinha Espanha com o processo de migração para a Televisão Digital Terrestre (TDT), que veio alargar a projeção das suas várias regiões para uma dimensão nacional por meio da oferta de canais regionais existentes na grelha de televisão espanhola.

“Enquanto por cá o regulador afirma que os operadores não têm interesse na TDT e se discute o “sexo dos anjos”, de Espanha chegam-nos sinais de um país onde a TDT é um sucesso. Um sucesso que diga-se, incomoda alguns responsáveis portugueses. Mas não faz mal, a TDT espanhola tem muitos canais de TV e rádio, HD e até funcionalidades avançadas, mas a nossa TDT tem o Canal Parlamento e a espanhola não” (TDT em Portugal, 2013).

Em Portugal a migração para a Televisão digital terrestre não trouxe nada de novo na grelha televisiva, pois a população continuou com os mesmos quatro canais que até então podia visionar na televisão analógica, com o acréscimo, mais tarde, do Canal Parlamento.

No país vizinho, a migração para a televisão digital terrestre foi impulsionadora para a criação de alguns canais regionais que não existiam até a data, o que pode ser natural atendendo à autonomia regional existente em Espanha. Este alargamento da oferta permite criar uma maior proximidade das pessoas com a região. Em Portugal, essa criação de canais regionais tem-se propagado através da Internet - as chamadas Web TV.

Em Bragança, a população envelhecida e com pouca ou nenhuma literacia digital vêm com dificuldade o processo de desenvolvimento de um canal pela via digital, em rede de dados. Já em Espanha, a razão do sucesso beneficiou do acesso fácil aos canais regionais através do simples ligar de uma televisão.

Quando falamos numa televisão regional, falamos de uma televisão “umbigo” em que as pessoas querem, essencialmente, ver-se, ver a sua terra, e identificar-se com os seus conteúdos e temáticas abordadas.

Na verdade, podemos afirmar que, através da Local Visão TV, canal com sede em Bragança que transmite na sua grelha blocos de variadas zonas do país, o distrito possui um canal de televisão regional, cujo teor regionalista está plasmado na grelha de conteúdos oferecidos. Para subsistir em Bragança e noutros distritos, tem de contar com o apoio das autarquias: o canal possui protocolos com a Comunidade Intermunicipal Terras de Trás-os-Montes e até, individualmente, com cada um dos municípios (pelo menos com a maioria). A agenda acaba por ser elaborada de acordo com as agendas municipais, cabendo aos assessores das autarquias o envio aos jornalistas da cobertura das iniciativas que promovem e que, por vezes, os orientam na produção de informação.

É impensável que um destes canais, de forma independente, faça informação que de alguma forma critique a ação das Câmaras com quem possuem protocolos; pelo contrário, alimentam-se de ‘fait-divers’ e conteúdos promocionais da ação individual de algum autarca, quase sempre enviesados pela pressão que é exercida sobre os comunicadores, direta ou indiretamente. O desejável seria que fossem projetos independentes e não veículos de propaganda dos poderes instituídos (Soares, 2011).

Quanto à subsistência dos canais regionais, podemos referir projetos mais fortes, nas áreas metropolitanas do Porto e Lisboa que não vingaram, como por exemplo, o CNL (canal de Lisboa, que deu lugar à SIC Notícias). Subsiste, por enquanto, o Porto Canal, muito à conta dos protocolos que tem com as autarquias, mas tudo indica que se tornará em breve no canal, apenas e só, do Futebol Clube do Porto, dependência que já ocorre atualmente.

Outro factor sensível é o da precariedade laboral de muitos profissionais que trabalham nos projetos existentes, acabando por comprometer a exigência de qualidade. Se a imprensa regional está a definhir por falta de investimento, a questão não será muito diferente com uma televisão local.

Muitas das vezes os profissionais queixam-se da falta de incentivos, principalmente monetários, para o trabalho que têm de desenvolver. No caso em estudo, o grande problema era a falta desses incentivos para a criação de conteúdos para as várias plataformas detidas pelo grupo, sendo que se acabava por utilizar os mesmo textos nas três plataformas existentes, o que afetava a qualidade pretendida para cada diferente plataforma.

A principal motivação para o projeto Nordeste TV era criar conteúdos de interesse para as pessoas que se identificam com o distrito de Bragança, sendo que o principal seriam os blocos noticiosos. Deste modo, as pessoas poderiam estar informadas sobre o que de importante se faz e acontece na região, indo o canal acompanhar de uma forma mais próxima que os generalistas nacionais estas atividades e mostrar mais em pormenor os que acontece na região.

Outra motivação era mostrar as tradições existentes na região, bem como a beleza de locais desconhecidos do distrito, podendo isto ser, de certa forma, uma pequena ajuda para o desenvolvimento no turismo da região. Também se pretendia que a plataforma pudesse ser um espaço de debate sobre os assuntos da região, estando pensados blocos para o caso.

A maior motivação e expectativa seria colocar a Nordeste TV como elo de ligação com as pessoas que estão longe da sua terra de origem, tanto emigrantes como migrantes, constituindo esse o público-alvo do canal por poucas vezes terem acesso ao que se passa na região, em contexto noticioso.

Aliás, este seria mesmo o público-alvo da plataforma no seu todo, expectando-se que fosse o público (e)migrado o que mais valorizaria a alternativa aos tradicionais órgãos de comunicação social, por beneficiar de uma nova abordagem comunicativa, muito mais positiva, baseada nos “conteúdos a pedido”, pelo qual os (e)migrantes poderiam aceder a imagens e informações de locais específicos da região ou sobre determinados acontecimentos de relevo, tanto em termos culturais, turísticos e empresariais como desportivos, por exemplo.

A sustentabilidade do canal estava ancorada na angariação de publicidade, oferecendo os serviços de produção e de divulgação às empresas existentes na região, beneficiando estas da promoção do seu trabalho pelo mundo fora, através da plataforma em rede.

Ao disponibilizar conteúdos multimédia relacionados sobretudo com o património edificado, natural e cultural do distrito de Bragança e dos seus concelhos limítrofes, a Nordeste TV pretendia dar a conhecer e reforçar a identidade da região através de um suporte emergente.

Para contornar as limitações da produção própria, dados os poucos recursos técnicos e humanos, seria estratégico estabelecer parcerias com vista à produção partilhada de conteúdos com entidades preferencialmente ligadas ao audiovisual, tarefa esta que acabaria por se revelar difícil, principalmente devido ao afastamento do director geral e a falta de interesse demonstrada pelas entidades antes contactadas.

O afastamento gradual dos responsáveis pela gestão da Nordeste TV e a indefinição quanto às prioridades do projeto, bem como a incapacidade em melhorar a sua operacionalidade e garantir a autonomia e geração de dinâmicas próprias, acabariam por causar flutuações no funcionamento e no perfil editorial do canal e conseqüentemente, no defraudar das expectativas criadas junto do público, principalmente devido à descontinuação dos programas, bem como a temporalidade dos assuntos que eram abordados seria afectada.

4. Problemática

A comunicação online, simbiose de comunicação interpessoal (email e messenger) e social (jornais, rádios, televisões e portais), altera profundamente a forma como hoje em dia se produz e se obtém a informação jornalística.

A atualização permanente das notícias, a interatividade, em toda a parte e em qualquer tempo, a disponibilização online dos arquivos da informação jornalística, organizados em bases de dados, obrigam a repensar as formas do jornalismo tradicional e a investigar outros tipos de jornalismo e, nomeadamente, o jornalismo a que se tem vindo a chamar jornalismo online ou web jornalismo, entendendo-se por tal não o mero *shovelware*, a mera transposição para formato electrónico do conteúdo dos jornais tradicionais, mas um jornalismo produzido especificamente na e para a Internet (Fidalgo & Serra, 2003).

O principal objetivo do estágio foi tentar compreender a importância da criação de um canal de televisão no distrito de Bragança e a sua viabilidade.

Se produzir para internet já se torna um desafio em locais pequenos, produzir para televisão na internet torna-se ainda maior, tanto devido à falta de meios, como à falta de formação dos intervenientes.

Em qualquer comunidade, a existência de uma boa cobertura mediática é fundamental. No caso de Bragança assistiu-se, nos últimos anos, ao encerramento de vários órgãos de comunicação social e ao esvaziamento dos que subsistem, e não existiu a tendência generalista da maioria das regiões em Portugal em apostar numa plataforma audiovisual para a dinamização da região, nem através da autarquia, nem através dos grupos de comunicação existentes. Isto pode dever-se à grande falta de financiamento na região, bem como ao conformismo dos meios existentes, arriscando-se a ficar para trás em relação a outras regiões que têm acompanhado as novas tendências.

A opinião geral é a de que seria importante a criação do canal, mas com a conjuntura económica do momento não parece ser possível arranjar meios que suportem um canal com o mínimo de qualidade possível.

O desinteresse na criação deste meio, bem como a falta de apoios e de expectativa de retorno para a criação de uma plataforma deste tipo faz com que uma região, já isolada pelos

sucessivos governos, veja as suas necessidades informativas cada vez mais precárias, resumindo-se aos tradicionais informativos em papel, ou à rádio existente.

A necessidade é a de fazer informação acerca da região, sobre o que realmente passa por lá. A região não possui tecido económico instalado capaz de suportar um projeto desta natureza através da publicidade, como seria desejável, o que leva a que várias tentativas de pôr a plataforma a funcionar tivessem caído por terra passados alguns meses após o seu início.

Desde logo, porque existe a oposição da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), para a qual estes canais “não integram o conceito de televisão” previsto na lei. Quer isto dizer que se tratam de projetos que não estão, portanto, sujeitos à Lei da Televisão, sendo que qualquer curioso que produza vídeo possa ter uma televisão digital regional (Cádima, 2008), o que vai comprometer a qualidade dos mesmos.

O grande problema das empresas de comunicação na região é ter de investir em material e profissionais sem a perspectiva de retorno imediato, sendo que só avançariam para um projeto desta dimensão se os apoios para a sua sustentação estivessem assegurados, o qual se notou na tentativa de implementação da Nordeste TV.

No caso da Nordeste TV, estes retornos passavam por uma parceria com o Porto Canal, que depois de várias negociações se mostraram infrutíferas, principalmente por a PressNordeste não estar preparada, quer em recursos logísticos, quer em recursos humanos necessários para satisfazer o potencial parceiro.

Sem a componente publicitária, sem receitas próprias e com um mercado audiovisual aparentemente incapaz de garantir a sustentabilidade destes projetos, restaria ao canal o estabelecimento de parcerias e protocolos de cooperação com os restantes media locais e regionais, ou demais entidades que trabalham na área da multimédia, em particular instituições de ensino e empresas produtoras ou detentoras de conteúdos e meios audiovisuais.

A divulgação do projeto foi efectuada sobretudo nas próprias peças e reportagens, publicadas simultaneamente nas redes sociais (Twitter e Facebook) e portais de partilha de vídeo (YouTube), o que permitiu aumentar a visibilidade do canal, ainda que os meios para o fazer fossem muito limitados.

Segundo Cádima (2001), a internet aparece como uma fonte relevante para o aparecimento de canais de TV regionais, uma vez que nas regiões e comunidades locais portuguesas não houve essa possibilidade ou esta existiu de forma tardia, através das

televisões locais hertzianas. Desta forma as Web TV regionais mostram-se como uma importante forma de evolução da televisão de proximidade no nosso país.

O mesmo autor salienta ainda que, as Web TV vieram “desbloquear” as barreiras que os sucessivos governos portugueses têm colocado à televisão de proximidade em Portugal, mesmo que haja ainda um longo caminho a percorrer no que toca a aproveitar a “dádiva” da internet para fazer televisão. Sobre este propósito, acrescenta:

“Há uma nova galáxia comunicacional em emergência no nosso sistema «pós-mediático» à qual importa dar o devido relevo, ainda que a qualidade dos seus conteúdos possa não estar amadurecida e não integre ainda um plano de «mercado» nem o profissionalismo que qualquer projeto de informação nesta área deve ambicionar” (Cádima, 2011, p. 145).

De acordo com Coelho (2005), os sucessivos governos portugueses, liderados alternadamente pelo Partido Socialista e pelo Partido Social Democrata, nunca criaram condições políticas para o desenvolvimento das televisões regionais em Portugal:

“Ambos têm enaltecido as potencialidades do modelo quando as contingências políticas os colocam na oposição, mas ambos excluíram a televisão de proximidade da lista das prioridades políticas no momento de exercer o poder” (Coelho, 2005).

Em Portugal, à semelhança do que aconteceu no resto da Europa, os primeiros canais de televisão regional apareceram pela mão do serviço público. No entanto, como explica Mota (2005), enquanto Portugal ficou por esta primeira fase de descentralização da televisão, na restante Europa os canais continuaram a desenvolver-se e a extravasar o modelo do desdobramento regional dos canais nacionais públicos. De facto, a descentralização da RTP, iniciada em Março de 1997 pelo governo socialista, com o lançamento das emissões de informação regional baseadas em sete centros regionais (Grande Lisboa, Grande Porto, Algarve, Alentejo, Coimbra, Bragança e Castelo Branco) parecia abrir caminho ao desenvolvimento da TV de proximidade em Portugal. Porém, logo em Janeiro de 2002, este trilho foi interrompido pelo governo de coligação PSD/PP, alegando questões financeiras e desprezando os benefícios sociais que poderiam chegar àquelas sete regiões do país.

Ainda de acordo com Mota (2005), o conceito mais próximo que Portugal tem de televisão de proximidade, a televisão regional, tem vivido “acantonada” no serviço público, que nesta altura disponibiliza apenas as duas únicas televisões reconhecidas na Lei como regionais: RTP Açores e RTP Madeira. A autora defende ainda que a televisão regional e

local nunca chegou a constar da lista de preocupações políticas dos sucessivos governos portugueses, ao contrário das questões respeitantes aos operadores privados e à introdução de canais temáticos, por exemplo.

Com efeito, a televisão de proximidade em Portugal não alcançou sequer um enquadramento legal específico, podendo existir mas não usufruindo de leis apropriadas.

Nem mesmo o despoletar de experiências de televisões “pirata”, na década de 1980, em algumas cidades portuguesas, ou o lançamento de dois canais de vocação regional já referidos na plataforma cabo, pelo maior grupo de telecomunicações em Portugal (Portugal Telecom), tiveram consequências práticas no sentido de uma maior atenção ao sector da TV de proximidade em Portugal.

Como sustenta Mota (2005, p. 135):

“os líderes políticos apontavam a exiguidade do mercado publicitário como principal obstáculo, referindo os perigos da proliferação caótica e de erosão da qualidade da programação, como acontecera noutros países europeus onde se verificou um crescimento rápido e desordenado dos canais locais”.

Porém, a paisagem audiovisual portuguesa local e regional é ainda amparada por dezenas de Web TV que, pese embora “não integrem o conceito de televisão” previsto na lei, conforme refere a ERC, apresentam-se como meios de comunicação de proximidade.

Estes projetos de televisão na internet, com variadíssimas tipologias em termos de apresentação, dimensão e audiência, representam em Portugal uma possível escapatória para o ansiado desenvolvimento do setor da televisão regional. De acordo com Cádima (2011), as Web TV, em particular, e os media colaborativos e participativos, no geral, podem representar uma verdadeira alternativa à televisão de proximidade em Portugal.

O “boom” das Web TV, a partir de 2005, apesar de ter incluído centenas de projetos falhados, revela um sinal de que, nas circunstâncias de um acesso facilitado às tecnologias audiovisuais, há uma vontade de desenvolver projetos que cubram os acontecimentos que nos são mais próximos. Porém, como frisou Eduardo Cintra Torres depois de uma viagem pela internet em busca de televisão, o campo da Web TV em Portugal está subaproveitado, sobressaindo a urgência de ordenar e qualificar os projetos que vão surgindo (Veríssimo, 2012):

“Os ecrãs apresentam janelas que não abrem: os serviços não existem. A interatividade com os internautas é apregoada mas nula. Faltam conteúdos e dinamismo. Em vários há uma

quase total e perigosa mistura de publicidade e informação: se é a isto que chamam ‘jornalismo dos cidadãos’ então vou ali e já venho” (Torres & Cádima, 2011, citado por Veríssimo, 2012, p. 37).

Nas circunstâncias de uma crise económica e sob o peso da tradição de um sistema de televisão centralizado, a implementação da TDT em Portugal poderia surgir como janela de oportunidade, mas as lógicas políticas e económicas interpuseram-se e limitaram a exploração destes serviços, os quais não avançaram devido aos lóbis empresariais e à passividade do regulador das telecomunicações, perante a força dos grandes grupos privados que tinham interesse no fortalecimento do mercado de TV paga (Santos, 2002).

Na altura estava previsto o lançamento de um quinto canal generalista exclusivamente digital e de livre acesso, e também um serviço de TDT por subscrição que contemplaria, além de canais nacionais, canais de alcance regional com programação diferenciada que daria prioridade às produções nacionais (Lopes, Denicoli & Neto, 2011), mas com a alteração do cenário económico e com a influência dos diversos agentes interessados no mercado televisivo, o que se concretizou foi uma TDT com a menor oferta. Em relação ao número de canais, a TDT contemplou os canais já existentes na TV analógica, acrescentando o Canal Parlamento, o que contrariou as expectativas da população (Denicoli, 2011c).

Com a transformação permanente da paisagem tecnológica, revela-se fundamental pensar o futuro da indústria televisiva com base em três fatores: tecnologia, comportamento do consumidor e modelos de negócio.

A inovação tecnológica está em constante aceleração, como se pode comprovar pelo acesso rapidamente generalizado dos consumidores a dispositivos como os ecrãs de alta-definição ou aos *smartphones*, sendo que os hábitos de consumo de televisão em Portugal poderão passar por alterações significativas nos próximos cinco a dez anos, à semelhança do que acontece no resto do Mundo.

Segundo o relatório da Obercom (2015), entre 2002 e 2014, verificou-se um aumento em 437,6%, de 14.061.000 em 2002 para 75.597.000 em 2014 do número de páginas visitadas pertencentes ao grupo *RTP / RDP*, sendo que no grupo *Impresa* o aumento é também exponencial, das 58.329.000 visitas para as 301.514.000, respectivamente, situando-se o aumento nos 416,9%. Relativamente ao grupo Media Capital, o aumento no número de visitas é surpreendente. As visitas a páginas deste grupo aumentaram cerca de dez vezes, entre 2002

e 2014, dos 66.470.000 para os 637.598.000, o que significa um aumento de 859,2%. O mesmo estudo indica que a Internet, em termos de audiências, é mais volátil que a tradicional, volatilidade que se prova pelos altos e baixos que se sucedem. Os aumentos entre o ano inicial e final da análise são dramáticos e provam que esta é uma disputa em que os principais agentes do sector dos media em Portugal têm investido recursos.

A revolução que a internet veio trazer ao sector das televisões locais, com o “boom” das web TVs, em 2005, está a revelar-se uma potencial alternativa à adiada criação de televisões locais/regionais hertzianas no país. A reboque, o desenvolvimento das TVs locais e regionais em Portugal será “mais fácil” por via da internet:

“A televisão local e regional em Portugal tem, com o advento das TIC, um campo de crescimento muito grande, e os poderes públicos têm que estar atentos a essa nova realidade, para perceberem até onde é que o Estado tem que ajudar a regular a sua existência e, ao mesmo tempo, criar os melhores mecanismos que permitam que essas web televisões ganhem outro grau de importância e possam contribuir também para o desenvolvimento local e regional do território português” (Duarte, 2012, citado por Veríssimo, 2012, p. 72).

Mais do que os canais difundidos por meio do espectro radioelétrico, são os canais presentes na Internet que têm cumprido o importante papel de divulgar conteúdos locais e regionais no país. Por outro lado, a internet, associada à televisão de proximidade, tem ganho alguma expressão em Portugal, mas existe um paradoxo nesta relação:

“está aqui uma espécie de contradição, porque o meio é ótimo, a plataforma é extraordinária, perfeita, mas não há uma taxa de penetração efetiva. Ou melhor, as pessoas podem aderir, podem ver, mas aqueles a quem mais interessa o conceito de proximidade, que são os mais velhos, a esses a internet não chega, sobretudo nas comunidades do interior” (Coelho, 2012, citado por Veríssimo, 2012, p.72).

Refere o mesmo autor que fazer brotar a televisão de proximidade através da internet é possível, mas exige um trabalho a montante, já que o acesso a esta plataforma em Portugal ainda não está generalizado:

“A taxa de penetração da televisão tradicional no tecido social do interior é muito elevada (...) A internet não está suficientemente preparada para influenciar os tecidos sociais mais desprotegidos, nomeadamente os das comunidades do interior” (Coelho, 2012, citado por Veríssimo, 2012, p. 72).

Na perspetiva da Associação Portuguesa de Radiodifusão, a televisão de proximidade deve, sobretudo, ser de acesso simples (Veríssimo, 2012).

“A grande oportunidade para as televisões locais ou regionais é justamente a facilidade das pessoas poderem ligar o televisor e ver. E a plataforma onde isso tem de estar é na Televisão Digital Terrestre. Porque o resto é relativo. (...) Portanto, os potenciais telespetadores de uma TV local estarão na Televisão Digital Terrestre e não em plataformas como a Zon ou o MEO. Em relação à internet, digo a mesma coisa: poderá ser a plataforma ideal, quando as pessoas conseguirem, com a mesma facilidade que veem na televisão, ver os canais através da internet. Sei que tecnologicamente já é possível fazer-se, mas ainda não está generalizado... Os públicos da TDT, do cabo e da internet são coisas completamente diferentes. E a grande oportunidade das televisões locais e regionais está na TDT” (Faustino, 2012, citado por Veríssimo, 2012, p. 131).

Francisco Cádima subscreve a mesma opinião, a do sentido da oportunidade e da proximidade, pois sustenta que as Web TV vieram “desbloquear” as barreiras que os sucessivos governos portugueses têm colocado à televisão de proximidade em Portugal, mesmo que haja ainda um longo caminho a percorrer no que toca a aproveitar a “dádiva” da internet para fazer televisão:

“As Web TV regionais, ou locais, podem ser entendidas, em primeiro lugar, como uma emergência tardia das televisões locais hertzianas que nunca tivemos nas nossas regiões ou comunidades locais, em Portugal (...) (Cádima, 2011, p. 145).

Aproveitar a Web para desenvolver projetos de televisão local ou regional, de qualidade, integrados em ambientes colaborativos e participativos à altura do que a plataforma permite, é assim uma das hipóteses para o desenvolvimento da TV local e regional em Portugal.

No entanto, e paradoxalmente, os projetos de Web TV portugueses tendem a ambicionar a passagem à difusão por cabo, satélite, ou televisão digital terrestre, encarando essa possibilidade como “o salto” que lhes permite um maior alcance em termos de audiência. A importância será transferir as televisões regionais do computador para o sofá da sala e passar do espetador isolado, no computador do quarto, para espetadores em família, na sala de casa.

Na opinião de Coelho (2012, citado por Veríssimo, 2012, p. 144), Portugal não deve iludir-se demasiado com as novas plataformas, se ainda pode concentrar-se no desenvolvimento efetivo das Web TV.

“Eu acho que não faz muito sentido, a esta altura do campeonato, com a internet a crescer como está a crescer, nós andarmos a desperdiçar recursos financeiros para criarmos outras plataformas. Obviamente que o digital permite, mas permite ainda assim com algum custo. O que eu acho que nós temos que fazer, se queremos pegar na internet a sério e aplica-la ao conceito de proximidade na televisão, é um trabalho de sustentabilidade da própria internet”.

A internet, o cabo (e similares), e/ou as plataformas móveis, permitirão criar (ou simular) contextos de proximidade que não seriam possíveis de outra forma. Até o acesso aos sistemas de televisão tradicionais se simplifica com o recurso às novas tecnologias. Hoje vemos “diretos” para as televisões nacionais com recurso a ligações 3G/4G. Há muito pouco tempo implicava um carro de exteriores e uma ligação satélite. Com uma pen 4G é possível uma emissão em HD com razoável qualidade. Com um agregador (congrega várias pens) pode obter-se uma excelente largura de banda para uma utilização *broadcast*. E, num futuro próximo, a qualidade da rede 4G será garantia de boas emissões a custos muito reduzidos. Exemplo disto, é o facto de a Localvisão ter um canal nas plataformas pagas de distribuição de TV, com os seus estúdios longe da capital, onde normalmente tudo se passa. Os operadores (NOS, MEO, Vodafone, ...) encontram-se todos em Lisboa, enquanto os estúdios do canal estão centrados em Bragança. Um *link* direto Bragança-Lisboa permite descentralizar para um ponto distante, sem riscos, um elemento que seria impossível há poucos anos.

Mas, na maioria das vezes, o avanço tecnológico não é acompanhado por condições de sustentabilidade, o que dificulta a prática de um jornalismo de qualidade. O jornalista local é uma componente essencial na nossa sociedade de informação. A tecnologia desenvolveu-se o suficiente para o permitir mas falta criar modelos de sustentabilidade para os projetos. Nesta matéria, são sentidas as maiores dificuldades em encontrar formas de financiar o projeto e em encontrar pessoal qualificado, localmente. O avanço tecnológico no que respeita aos meios de produção tem de ser acompanhado por um reforço da formação nestas redações de âmbito local e regional.

Com efeito, uma viagem pelas Web TV portuguesas leva a concluir que a grande maioria dos conteúdos se inserem numa lógica de “jornalismo positivo”, cujo maior perigo

passa por deixar fora de plano a função de “cão de guarda” da Democracia que qualquer jornalista deve ter sempre presente.

É essencial, cada vez mais, a adoção de novas tecnologias. Porém, depende claramente do órgão de comunicação social de proximidade e dos seus objetivos enquanto empresa e para que público se dirige. Fazer conteúdos audiovisuais, sem contexto, distribuídos de vez em quando, só porque a rádio vizinha ou o jornal concorrente o faz, é um erro estratégico.

Existem também questões relativas aos conteúdos televisivos: parece extremamente redutor se estes apenas consistirem na transmissão das inaugurações das obras dos Presidentes de Câmara, dos seus discursos ou todo o tipo de “aparições”, ficando arredados dos reais problemas das populações, das dificuldades do dia-a-dia, das vozes anónimas que se levantam em oposição política. Ou seja, se só mostrarem o “bom” e o politicamente adequado mas omitindo o “mau” e o inconveniente.

Também é necessário abordar a formação técnica de quem faz este género de conteúdos. Uma peça audiovisual deve respeitar determinados parâmetros e seguir a linguagem televisiva, embora possa ser pensada para a plataforma em que vai ser distribuída. Mas uma inauguração não merece uma peça de 8 ou 9 minutos, como o que acontece em alguns dos referidos canais, muitos por culpa do financiamento que corre por parte dos órgãos autárquicos.

O jornalismo de proximidade tem uma relevância crescente na sociedade e por isso deve haver uma atenção redobrada à forma como este evolui. Há espaço para um jornalismo de proximidade cada vez maior, pois o jornalismo local e regional conhece muito mais os problemas do que o jornalismo nacional, mas as redações dos órgãos de comunicação social locais e regionais estão normalmente numa posição mais frágil para reagir às lógicas do jornalismo industrial e ficam, regra geral, para último, no que toca a adotar novos paradigmas tecnológicos, muito devido à falta de poder económico.

A tarefa de identificar as condições de sucesso da televisão de proximidade em Portugal exige uma reflexão sobre aspetos como o modo e os custos de difusão de uma televisão local ou regional, os modelos de negócio possíveis, a regulamentação por trás de um projeto deste âmbito, entre outros fatores. É essencial que, nesta altura, e perante a multiplicidade de “players” envolvidos nas decisões sobre o futuro do audiovisual português, se faça uma reflexão sobre os modelos e alternativas possíveis em relação à televisão local e

regional em Portugal, nas circunstâncias que a transição para o digital terrestre veio trazer. Este é o mote para o capítulo seguinte.

5. Metodologias

As metodologias utilizadas neste estudo assentaram no desenvolvimento de trabalho de investigação por forma a entender melhor a problemática em estudo.

Por forma a recolher informação mais sustentada sobre o tema em estudo, delineou-se uma metodologia de investigação que passou pela elaboração de um inquérito a aplicar aos residentes e naturais do distrito, pela auscultação da experiência de profissionais da área e na região e, naturalmente, pela revisão bibliográfica sobre o tema, com incidência sobre a realidade dos canais de proximidade no país vizinho.

Com a metodologia seguida não pretendemos projetar quantificações para a população, embora fosse nosso objetivo colectar elementos que permitissem, de algum modo, constituir um referencial de análise para casos futuros.

5.1 Inquérito¹⁰

Neste inquérito, procurou-se melhor compreender as opiniões do público-alvo do projeto, apresentando-se dividido em duas partes: uma, orientada à auscultação da importância do canal e a outra procurando recolher ideias sobre a futura grelha de programação do mesmo (cf. anexo).

A aplicação dos inquéritos ocorreu entre meses de Julho e Agosto, procurando, desta forma, obter a participação do elevado número de emigrantes da região, já que estes seriam um potencial público de visualização da plataforma.

O processo de seleção da amostra baseou-se numa amostragem não-probabilística por ser a mais aconselhada tendo em vista as limitações de tempo e de recursos humanos e financeiros (Blalock, 1979).

¹⁰ Consultar Anexo 4: Modelo de Inquérito

5.2 Entrevista¹¹

Em complemento, procurámos recolher, igualmente, a opinião de alguns profissionais da área, por meio de entrevista semi-estruturada e a análise de conteúdo, fundamentada num questionário escrito composto pelas seguintes questões:

- a) Pensa ser importante a criação de um canal regional no distrito de Bragança?
- b) Na sua opinião, de quem deveria partir essa iniciativa: da autarquia ou dos grupos de comunicação existentes?
- c) O que falta para ser possível implementar o projeto?
- d) Que factores mais dificultam esta implementação?
- e) Que temáticas deveriam ser tratadas no canal de televisão regional?

A estruturação da entrevista com base num inquérito permite diminuir a dispersão temática do entrevistado, por forma a melhor seguir a sua linha de raciocínio lógico (Bardin, 2009: 89).

Com a análise qualitativa de conteúdo procurámos apreender aspectos relevantes dos casos particulares relatados, procurando relações entre os dados recolhidos.

Apesar das nossas insistentes tentativas junto de profissionais da área a trabalharem no distrito, apenas três acederam a colaborar, constituindo uma limitação ao nosso estudo. No entanto, pela importância das suas respostas, decidimos mantê-las no presente trabalho, embora sem qualquer relevância estatística.

Com estes depoimentos, pretendeu-se auscultar o sentimento de profissionais da área a laborarem no distrito relativamente à criação da plataforma, bem como aferir da importância que os mesmos lhe atribuem. Por serem vozes de experiência feita, seria importante recolher os motivos das sistemáticas tentativas falhadas para a implementação de projetos semelhantes.

¹¹ Consultar Anexo 5: Modelo de Entrevista a Profissionais da Área

5.3 Dados de acesso

Para melhor fundamentar a viabilidade do canal em termos de visualização do público, foram recolhidas as estatísticas de acesso das duas plataformas usadas na transmissão durante o período de estágio, a rede social *Facebook* e o canal de divulgação televisiva *Meo Kanal*.

Nesta altura, não existia uma estratégia de divulgação referente à Nordeste TV que pudesse publicitar o projeto junto do grande público. A difusão do conceito resumia-se à informação dada diretamente às pessoas no próprio momento de captura de imagens, justificando-se o propósito das imagens captadas. Seriam estas pessoas que divulgariam a existência do canal, por intermédio do “passa a palavra”.

5.4 Revisão da bibliografia

A pesquisa bibliográfica incidu, prioritariamente, sobre o tema da imprensa de proximidade, bem como das plataformas em rede que têm proporcionado a expansão dos canais de televisão, ao longo dos últimos anos. Esta revisão da literatura deu a entender melhor a problemática associada a este relatório.

Igualmente, efetuou-se consulta bibliográfica sobre a realidade do país vizinho quanto aos meios de transmissão de canais de proximidade, porque nos pareceu relevante para efeitos comparativos com Portugal. Para mais, esta sustentação bibliográfica tem também relevância tratando-se Bragança um distrito de fronteira, com proximidade geográfica.

6. Resultados

6.1 Inquérito: tratamento dos dados

Como referido anteriormente, com a metodologia de amostragem seguida não é possível, nem intencional, projetar quantificações para a população, embora fosse nosso objetivo colectar elementos que permitissem, de algum modo, constituir um referencial de análise para casos futuros.

Responderam ao inquérito um total de 51 indivíduos dos quais 59% são do género feminino e 41% do género masculino.

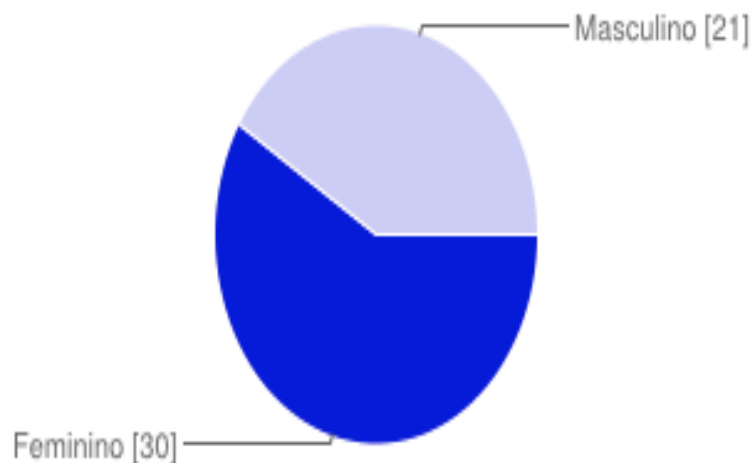


Gráfico 1 - Género dos inquiridos

A maioria dos indivíduos inquiridos encontra-se numa faixa etária mais jovem, como se pode verificar:

- **43%** - dos 18 aos 30 anos;
- **23%** - dos 31 aos 40 anos;
- **18%** - dos 51 aos 60 anos;
- **8%** - mais de 61 anos.

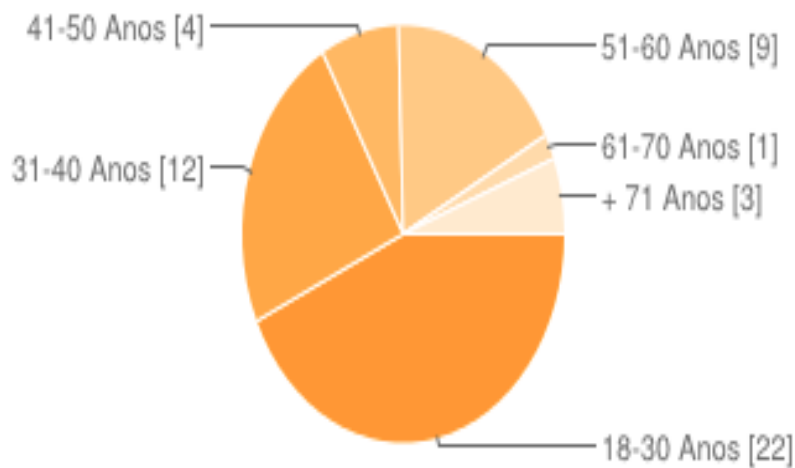


Gráfico 2 - Idade dos inquiridos

Quanto ao nível de escolaridade, o nível predominante foi o do Ensino Superior:

- **57%** - ensino superior;
- **18%** - ensino secundário ou pós secundário;
- **13%** - 3º ciclo do ensino básico;
- **8%** - nenhum grau de literacia;
- **4%** - 1º ciclo do ensino básico.

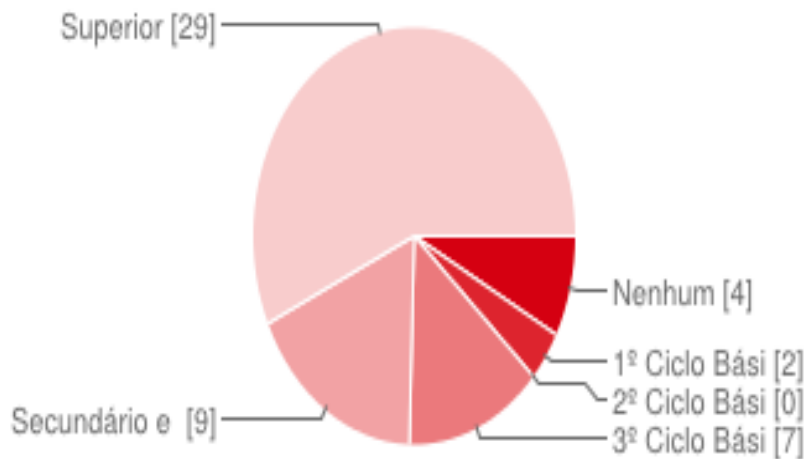


Gráfico 3 - Nível de escolaridade dos inquiridos

A maioria dos indivíduos são naturais do concelho de Bragança, havendo 25% dos respondentes que eram de fora do distrito, tendo sido obtida a seguinte dispersão geográfica:

- Bragança (51% naturais);
- Macedo de Cavaleiros (8%);
- Mogadouro (8%);
- Alfândega da Fé (4%);
- Mirandela (2%);
- Vinhais (2%).

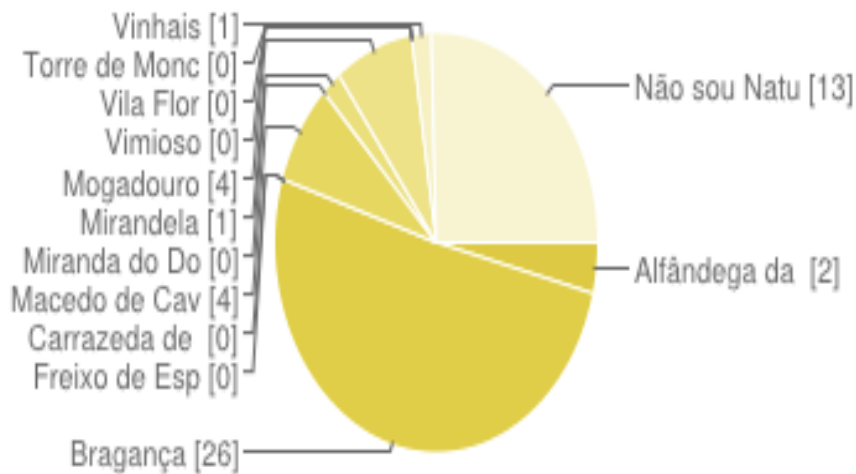


Gráfico 4 - Conselho de naturalidade dos inquiridos

Quanto ao local de residência, obtivemos os seguintes resultados:

- Bragança (72%);
- Alfândega da Fé(4%);
- Mogadouro (6%)
- Macedo de Cavaleiros (4%);
- Mirandela (2%);
- Torre de Moncorvo (2%).

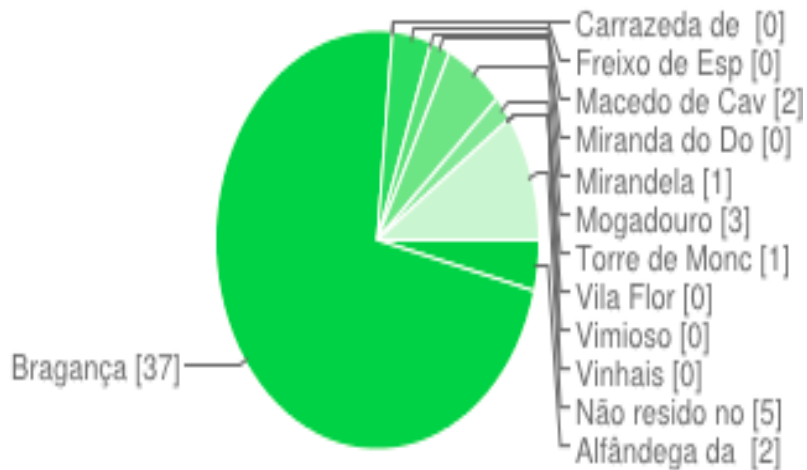


Gráfico 5 - Conselho de residência dos inquiridos

Verificamos que os indivíduos se enquadram no tipo de público a quem o inquérito importa auscultar, tanto pela área de residência como pela naturalidade.

Quanto à criação de uma Televisão regional no distrito de Bragança, a quase totalidade (94%) dos indivíduos considerou-a importante.

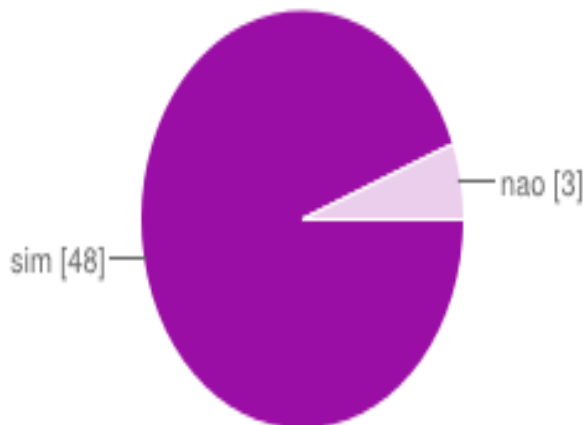


Gráfico 6 - Respostas à pergunta "Na sua opinião, seria importante a criação de uma TV regional no distrito de Bragança?"

Neste ponto, e dada a existência de respostas negativas a esta questão (6%), seria importante considerar as razões pelas quais os indivíduos responderam dessa forma:

- Distância geográfica resulta num afastamento do interesse pela região de Bragança;
- A preferência pelos canais da plataforma Cabo em vez das plataformas em rede;

- A preferência pelos canais da plataforma TDT em vez das plataformas em rede;
- A preferência por temáticas distintas (entretenimento, files/séries) em vez das temáticas de índole informativa de enfoque regional;

Vários indivíduos colocaram a possibilidade de assistirem à televisão regional em diferentes plataformas, sendo a Televisão Digital Terrestre (TDT) a plataforma mais apontada (38 indivíduos), seguido da Internet (19 indivíduos) e da TV Cabo (12 indivíduos).

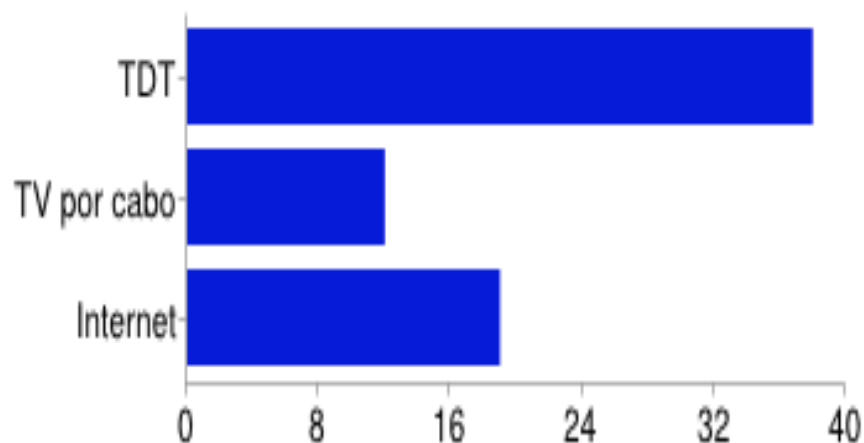


Gráfico 7 - Respostas à pergunta "Em que plataforma assistiria a TV regional (se necessário, assinale mais do que um item)"

Analisando este aspeto, não é de estranhar que a plataforma TDT seja a preferida dos indivíduos para assistir a este ou a qualquer tipo de canal uma vez que, desde 26 de Abril de 2012, ocorreu a cessação das emissões de televisão analógica, passando em exclusivo para o sistema digital. Para se continuar a ter acesso à visualização dos canais nacionais em sinal aberto de forma gratuita foi necessário adquirir um descodificador, caso não se possuísse uma televisão que permitisse a receção direta do sinal digital (TDT, 2008). Refira-se que este processo está longe de ser pacífico, resultando em zonas com falta de cobertura de sinal, muito particularmente afectando regiões de fronteira, como a do distrito de Bragança (Denicoli, 2012). Aliás, na atualidade, permanecem ainda “zonas cinzentas” na cobertura, o que “atesta o falhanço de três anos da TDT” (Jornal de Notícias, edição de 8/08/2015).

A internet aparece como plataforma viável podendo dever-se ao facto de os indivíduos se distribuírem por faixas etárias jovens, sabendo-se da preferência destes pelas tecnologias, como é do conhecimento geral. Segundo dados do Instituto Nacional de Estatística (INE), no

ano de 2010 em Portugal, assistiu-se a um aumento dos agregados domésticos que dispõem de acesso a computador (60%) e a internet (54%) em casa mas, apesar disso, a sua utilização ainda é diferente consoante os escalões etários (INE, 2010 citado por Dias, 2012).

Dados relativos à utilização do computador e da internet por grupo etário revelam que o grupo dos mais velhos (65-74 anos) é o que utiliza menos as referidas tecnologias (INE, 2010 citado por Dias, 2012). A menor adesão às tecnologias da informação e da comunicação como o computador e a internet, entre os mais velhos, pode ainda explicar-se, por um lado, pela iliteracia no que diz respeito ao seu uso e manipulação, mas também pelo custo dos equipamentos e serviços a elas associados (e.g., programas, serviços de eletricidade, assistência, etc.) (Dias, 2012).

Por último, como plataforma de acesso aparece a TV Cabo. Tendo em conta que o acesso a este tipo de plataforma não é gratuito, nem toda a população tem condições económicas para aderir ao mesmo, podendo justificar assim a não preferência por este tipo de plataforma para assistir ao canal.

O tipo de programas que os indivíduos gostariam de assistir varia entre diferentes temáticas, sendo que 44 indivíduos responderam “Notícias”, e 37 gostariam de ver a “Divulgação da região”. Já 28 indivíduos apontaram para programas de “Cultura”, havendo ainda espaço para outros programas que variam entre o “Entretenimento” (21%), o “Desporto” (19%), a “História” (17%), os “Filmes/Séries” (16%) e, por último, “Política” (13%).

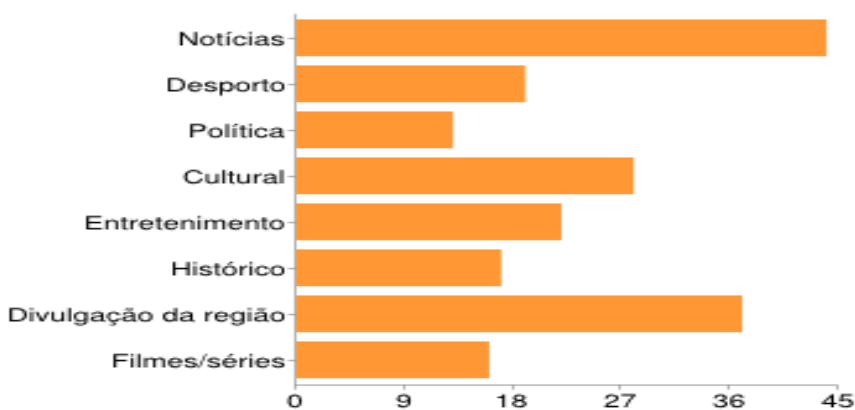


Gráfico 8 - Respostas à pergunta "Que tipo de programas acharia importantes assistir? (Se necessário assinale mais que 1 item)"

Segundo o relatório da Obercom (2015), entre os géneros analisados, a evolução mais drástica verificou-se no género “Séries”, que aumentou dos 0,0% em 1999 para os 3,8% em 2014, em termos de Share global. No caso da categoria “Desporto”, a subida de audiências foi de 1,4 % no Share global, entre o período analisado. O único género proposto no inquérito que perdeu audiência foi Entretenimento (0,6 %).

Não deixa de ser satisfatório verificar que, tendo o questionário incidido sobre a importância da criação de uma TV Regional, a maioria das respostas valorizou as notícias, a cultura e a divulgação da região. Constitui, assim, um elemento incentivador para o projeto de existência do canal regional, por ser apelativo e por sugerir haver espaço entre os restantes canais de televisão existentes, mas diferente por ser direcionado apenas à região.

6.2 Entrevista a profissionais da área

Para complemento ao estudo, procurámos saber a opinião dos profissionais da área da comunicação no distrito, na expectativa de que, dado atuarem no “terreno” nos pudessem fornecer um ponto de vista privilegiado sobre a temática das plataformas de proximidade. Ao todo, foram contactados sete profissionais, dos quais apenas três acederam responder. De referir que não foram, propositadamente, efectuadas entrevistas a profissionais da PressNordeste, pois a sua proximidade poderia pré-determinar uma certa orientação nas respostas.

Sendo assim acederam ao pedido Afonso de Sousa, Jornalista da rádio TSF, Ana Martins, jornalista e chefe de redação da LocalVisão TV-Bragança, e Manuela Carneiro, jornalista da estação privada SIC e docente de Comunicação no Instituto Politécnico de Bragança.

Em jeito de síntese, poderemos sublinhar alguns tópicos relevantes:

- A concordância quanto à necessidade de criação de um projecto desta natureza, “para dar voz as pequenas localidades do interior” no dizer de Ana Martins;
- Neste sentido, as temáticas a abordar deveriam ser todas de âmbito regional;
- A iniciativa não deveria partir das autarquias locais mas ter nos grupos de comunicação existentes uma posição de destaque - a este propósito, refere Afonso de Sousa que “as autarquias não podem possuir órgãos de

comunicação e os grupos de comunicação”, ou, quando muito, surgir fruto de uma sinergia entre ambos (autarquia e órgãos de comunicação social existentes) no entender de Ana Martins.

- Um dos principais entraves à viabilidade do projeto é a falta de capital de investimento, pois, como referiu Afonso de Sousa, a conjuntura económica não permite suportar um canal com o mínimo de qualidade”. “Falta dinheiro”, na aceção simples mas evidente de Manuela Carneiro, defendendo ainda que “faria mais sentido e teria mais viabilidade um canal de televisão de Trás-os-Montes e não do distrito de Bragança”. Ana Martins reconhece que “há meios e pessoas dispostos a trabalhar, mas falta algum associativismo entre os vários meios”.
- A necessidade de conferir critérios profissionais à atividade a desenvolver, pois “a falta de qualidade e consistência no trabalho elaborado também é um problema”, como referiu Manuela Carneiro.
- Com relação ao ponto anterior, acrescenta ainda Manuela Carneiro que “a precariedade dos profissionais envolvidos nestes projetos compromete a exigência”.

Portanto, para os profissionais de comunicação inquiridos há espaço para a existência de um projeto desta natureza, o da criação de um canal de televisão regional, mas a conjuntura de dificuldade económica que o país atravessa não permite consistência e qualidade no trabalho.

6.3 Estatísticas das plataformas

Como referido anteriormente, procurámos nestas métricas um indicador da disseminação do projeto pelas comunidades de utilizadores, que embora não sirvam para relevância estatística, não deixam de ser importantes indicadores que apontam num dado sentido.

Para isto foram recolhidas as estatísticas existentes nas plataformas utilizadas, que de seguida foram alvo de análise.

6.3.1 Facebook¹²

A página criada nesta plataforma social já partia com 227 “gostos” antes mesmo que qualquer publicação fosse colocada, o que nos parece um indicador com relativa importância.

E, após a primeira semana de publicações periódicas, ocorrida entre 26 de Agosto e 1 de Setembro de 2014, a página registou um aumento de 11,8%, com a obtenção de 24 novos “gostos”. As peças colocadas *online* foram vistas por 51 vezes, obtendo 7 “gostos” e 2 “comentários”, sendo partilhadas por 20 visualizadores. Estas publicações alcançaram 112 perfis registados nesta rede social.

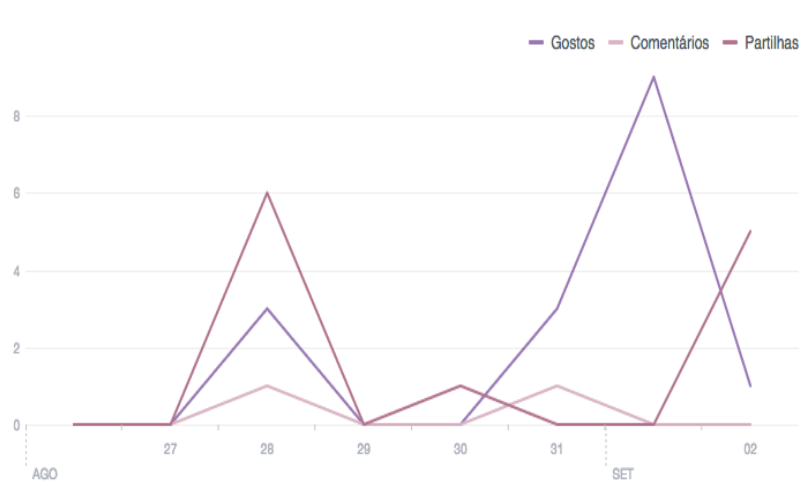


Gráfico 9 - Número de "Comentários", "Gostos" e "Partilhas" no período entre 26 de Agosto e 1 de Setembro de 2014 (Fonte: <https://www.facebook.com/nordestetelevisao/insights?section=navReach>)

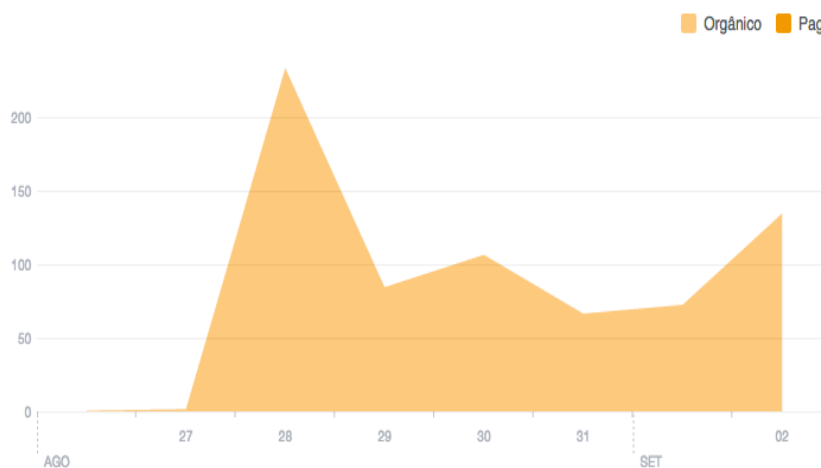


Gráfico 10 - Alcance das partilhas no período de 26 de Agosto e 1 de Setembro de 2014 (Fonte: <https://www.facebook.com/nordestetelevisao/insights?section=navReach>)

¹² Consultar Anexo 6.1- Estatísticas das plataformas : Facebook

Na semana seguinte, entre 3 de Setembro e 8 de Setembro, a página verificou um aumento de 28 gostos, 12,4% de aumento com relação à semana anterior. Nesta semana existiram 70 visualizações das mesmas, 21 “gostos” sem qualquer “comentário”, as publicações foram partilhadas 18 vezes e alcançaram 102 perfis.

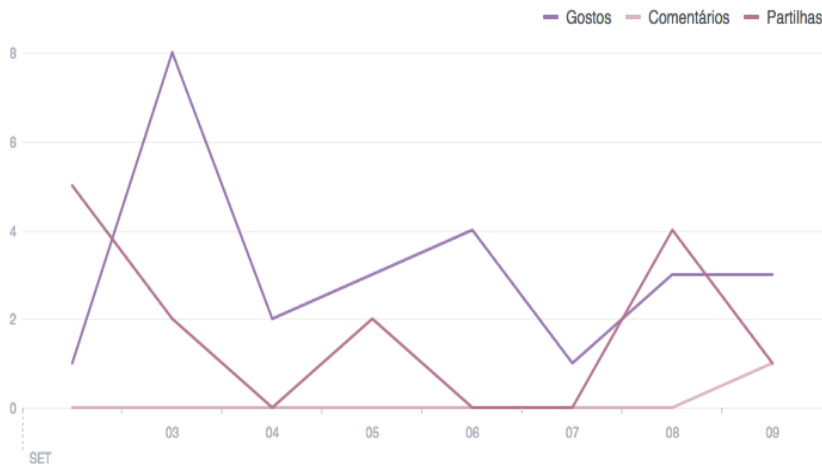


Gráfico 11 - Número de "Comentários", "Gostos" e "Partilhas" no período entre 3 de Setembro e 8 de Setembro de 2014 (Fonte: <https://www.facebook.com/nordestetelevisao/insights?section=navReach>)

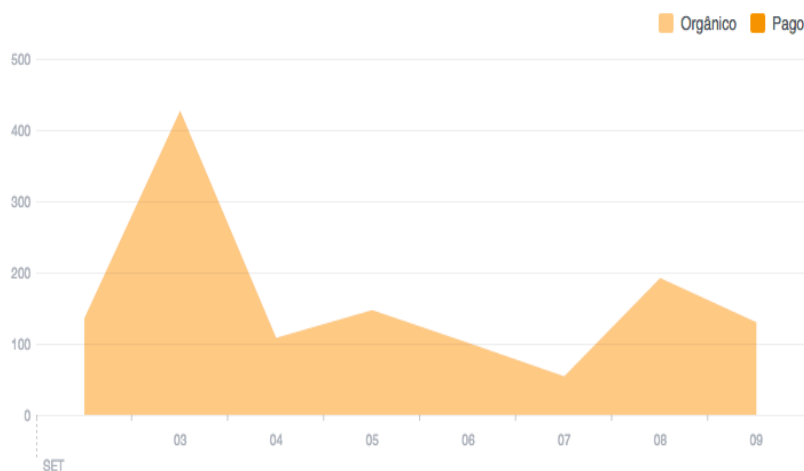


Gráfico 12 - Alcance das partilhas no período de 3 de Setembro e 8 de Setembro de 2014 (Fonte: <https://www.facebook.com/nordestetelevisao/insights?section=navReach>)

Na semana de 9 de Setembro a 16 de Setembro, foram obtidos somente novos 15 “gostos” na página, verificando-se um aumento de 5,9% no número total da página. Correspondeu à semana em que as publicações tiveram mais visualizações, contabilizando-se 271. Estas obtiveram 49 “gostos”, sete “comentários”, foram partilhadas 18 vezes, sendo que tiveram o alcance de 440 perfis registados no *Facebook*.

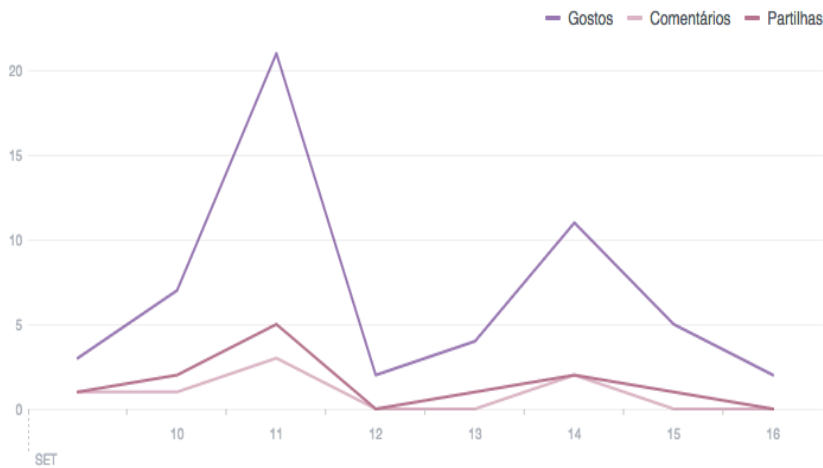


Gráfico 13 - Número de "Comentários", "Gostos" e "Partilhas" no período entre 9 de Setembro e 16 de Setembro de 2014 (Fonte: <https://www.facebook.com/nordestetelevisao/insights?section=navReach>)

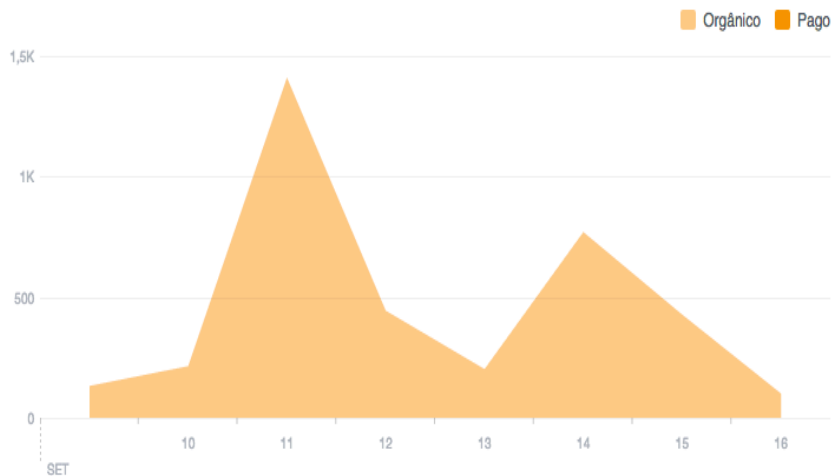


Gráfico 14 - Alcance das partilhas no período de 9 de Setembro e 16 de Setembro de 2014 (Fonte: <https://www.facebook.com/nordestetelevisao/insights?section=navReach>)

Até 21 de Setembro a página ainda contabilizou 4 novos “gostos”. Esta altura coincidiu com o cancelamento das publicações.

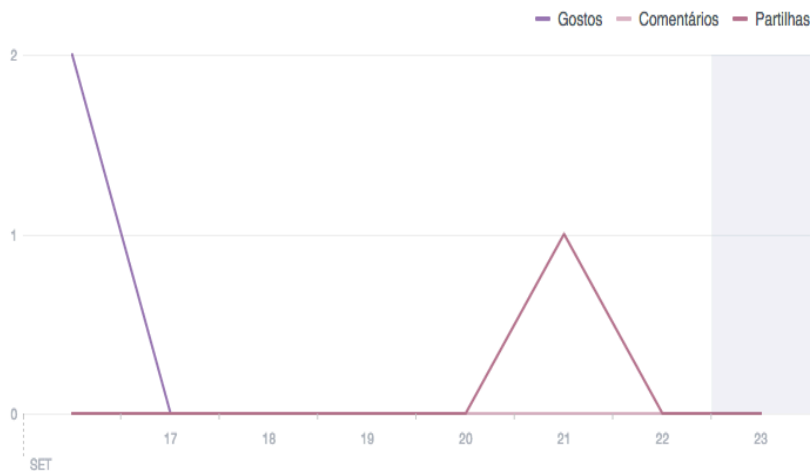


Gráfico 15 - Número de "Comentários", "Gostos" e "Partilhas" no período entre 16 de Setembro e 23 de Setembro de 2014 (Fonte: <https://www.facebook.com/nordestetelevisao/insights?section=navReach>)

6.3.2 Meo Kanal¹³

Em relação à página da Nordeste TV no Meo Kanal, os resultados foram menos numerosos.

Na primeira semana de análise, verificaram-se no total 74 visitantes, que corresponderam a 38 visualizações das peças lá publicadas, sendo que obteve uma média semanal de 10 segundos de visualização.

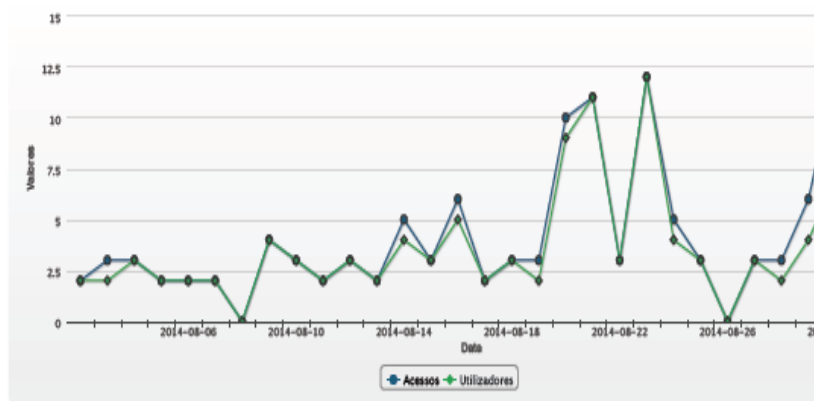


Gráfico 16 - Gráfico - Acessos e Utilizações na plataforma no período de 6 a 26 de Agosto de 2014 (fonte: <http://kanal.pt/gerir-canais/estatisticas/978000>)

¹³ Consultar Anexo 6.2: Estatísticas das plataformas: Meo Kanal

Nas semanas seguintes verificou-se um decréscimo no número de visitantes, mas um aumento no número de visualizações (o que sugere alguma fidelização do público), sendo que na segunda semana se verificaram 33 visitantes que visualizaram 45 publicações na plataforma. A média de visualização semanal foi de cinco segundos, o que não deixa de ser um critério a ter em conta: a da eventualidade dos conteúdos não estarem a ser apelativos, mas convém referir que o conceito do projeto não estava a funcionar na sua plenitude, dadas as dificuldades por nós referidas em capítulo anterior.

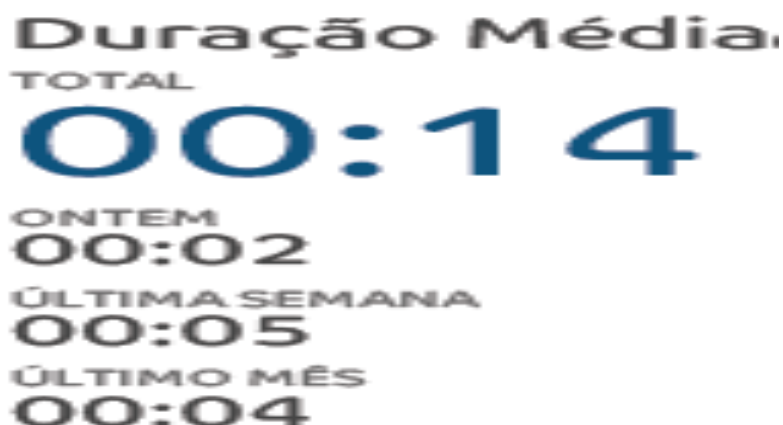


Tabela 1 - Média de visualizações (por tempo) (fonte: <http://kanal.pt/gerir-canais/estatisticas/978000>)

Esta tendência agravou-se: os 33 visitantes da terceira semana de análise visualizaram 51 publicações, mas a média de tempo de visualização foi de dois segundos.

Na última semana o panorama não foi muito diferente: média de três segundos nas 83 visualizações efetuadas pelos 34 visitantes da plataforma.

Uma das explicações para as estatísticas nesta plataforma serem tão baixas poderá ser o da limitação de acesso, pois é exclusiva apenas a quem possui serviços MEO da Portugal Telecom. Igualmente, não houve qualquer tentativa de divulgação do canal em termos publicitários, o que dificulta a disseminação do projeto.

7. Conclusões

A criação de um canal regional para o distrito de Bragança faria todo o sentido, a julgar pelas respostas dos inquiridos e pelas opiniões dos profissionais entrevistados.

Contudo, é de opinião comum que a situação não se adivinha fácil, principalmente pela conjectura económica que a região e os grupos de comunicação atravessam.

Razões externas, mas também, factores internos: existe desinteresse nos mesmos grupos da região na tomada de iniciativas para um projeto desta natureza.

Há, ainda, as dificuldades da operacionalidade: mesmo que a plataforma fosse criada, só podia ser difundida por meios digitais em rede, ou seja, teria de ser difundida via *Web*, mas em que a sua plenitude esbarraria na falta de literacia digital que assola o distrito, não permitindo o acesso de grande parte da população alvo. Considerando um canal de televisão regional um “canal umbigo”, onde o público seriam as pessoas que também seriam os protagonistas, grande parte da viabilidade é logo perdida através desta situação, logo deveria pensar-se no lançamento deste tipo de canais em sinal aberto. Neste sentido, o meio mais viável seria via Televisão Digital Terrestre (TDT), pois não acarretaria custos de implementação e de acesso ao público-alvo e seria uma maneira de o mesmo, não estando integrado nas novas tecnologias, poder aceder aos conteúdos produzidos pelo respetivo canal segundo moldes tradicionais: a do espectador televisivo. Contudo, e corroborando a opinião de vários especialistas na matéria, o alargamento da TDT às comunidades locais foi uma oportunidade perdida porque se confinou aos habituais quatro canais existentes na versão analógica (RTP 1 e 2, SIC e TVI), com o acréscimo, à posteriori e a reboque da pressão pública, do Canal Parlamento. E não seria preciso inventar um modelo de implementação original, pois bastaria olhar para a vizinha Espanha onde, aí sim, foram contempladas as valências regionais.

Um outro tema pertinente foi o da condução da iniciativa e a liderança do projeto. Uma plataforma deste tipo terá de ser sempre lançada por meios independentes das autarquias, podendo as autarquias estabelecerem protocolos de colaboração. Caso as autarquias chamem a si toda a responsabilidade da plataforma poderá levar à tentação da propaganda política, situação que pudemos verificar em alguns canais regionais existentes que se enquadram nestas condições.

Considero que esta experiência foi bastante gratificante e positiva, na medida em que me transformou tanto a nível pessoal como profissional.

A nível pessoal, foram desenvolvidas competências como trabalho de equipa, espírito crítico, autoconfiança, auto-direção e espírito de camaradagem, sendo que a nível profissional obteve-se uma melhor percepção do trabalho de campo, funcionamento de uma redação, e melhor capacidade de utilização do material necessário para a realização de trabalhos na área.

Várias foram as dificuldades encontradas, muito devido à inexperiência. Contudo, atrevo-me a dizer que este percurso, apesar dos altos e baixos, teve resultado bastante satisfatório.

Finda que foi a experiência do estágio profissional, fica um certo “amargo de boca” por não haver a possibilidade de continuidade do trabalho desenvolvido e que foi descrito no presente relatório.

Por um lado, a superação das dificuldades sentidas durante a sua realização, que foram imensas, resultou numa enorme aprendizagem, quer ao nível da produção dos conteúdos, quer no encaro do desinteresse demonstrado pelos vários intervenientes do grupo de comunicação de acolhimento.

Ao nível de conhecimentos na área de especialização, a realização deste estágio configurou-se como uma boa oportunidade para implementar os conhecimentos adquiridos, sendo que também constituiu um momento de aquisição de novos saberes e de conhecimentos que serão úteis no futuro, conforme se espera.

Igualmente, apesar das impossibilidades sentidas para a implementação de um canal regional para o distrito de Bragança com recurso á plataforma *Web*, o tema não se esgota nem se encontra findado, pelo que, se espera, que o presente trabalho possa constituir um primeiro passo e um contributo relevante para a continuidade de um projeto deste tipo, desejavelmente num futuro próximo.

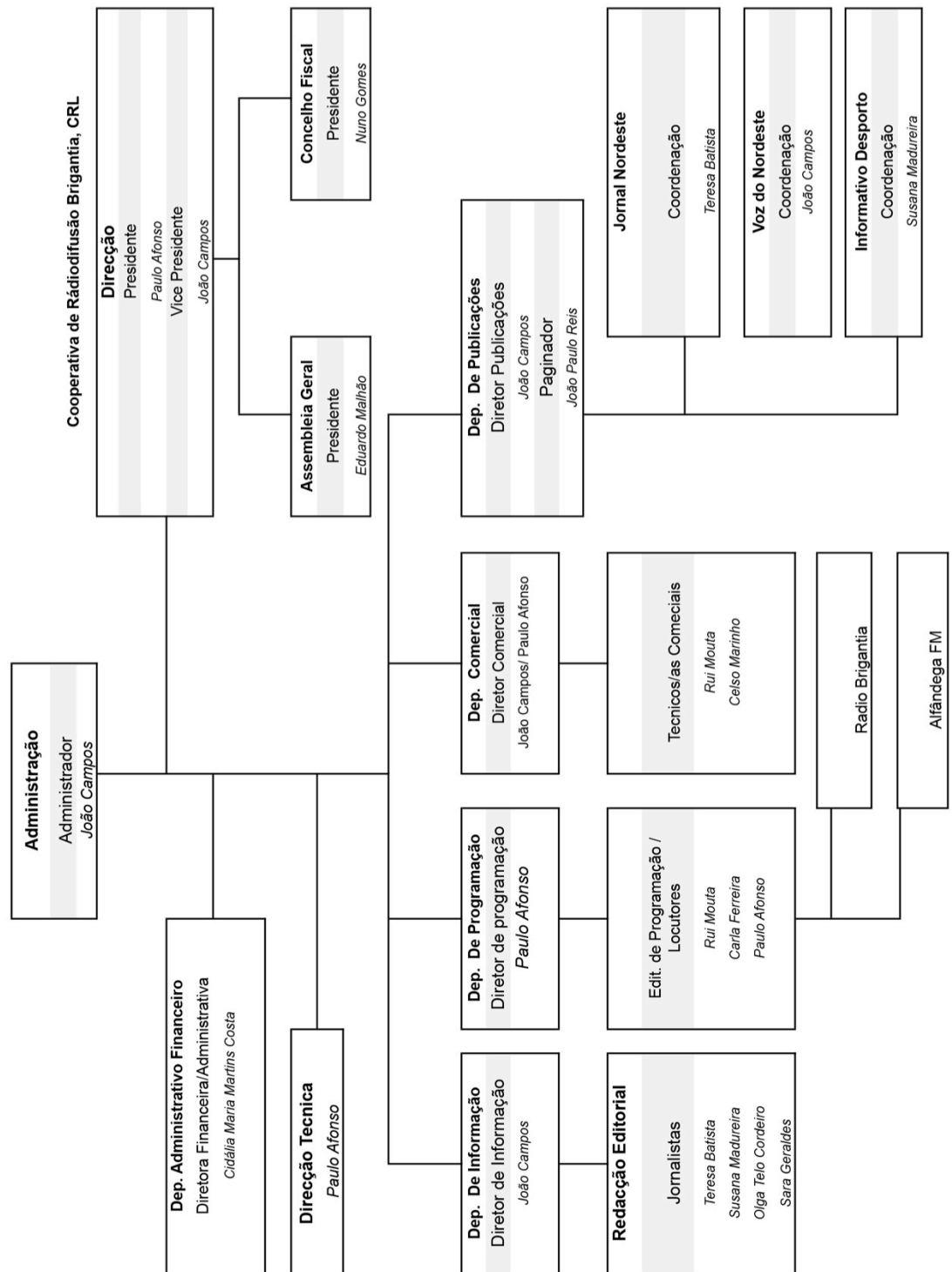
8. Referências Bibliográficas

- Bastos, P. (2003) Jornalismo online (e) géneros e a convergência. In Fidalgo, A. & Serra, P. (Eds.) (2003) Jornalismo Online. Informação e Comunicação Online. Covilhã: Universidade da Beira Interior [eBook]. Acedido em http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/fidalgo_serra_ico1_jornalismo_online.pdf
- Batista, T. (2007, 02 de Outubro). Canais Regionais não chegam a Bragança. Jornal Nordeste. Acedido em <http://www.jornalnordeste.com/noticia.asp?idEdicao=187&id=7697&idSeccao=1756&Action=noticia#.Vc9wKflVikr>
- Cádima, F. (2008). Web TV local/regional em Portugal: Que alternativa à TV?. Anuário Lusófono.
- Cádima, F. (2011). A Televisão Digital e a Cultura Participativa. Lisboa: Media XXI
- Coelho, P. (2005). A TV de Proximidade e os Novos Desafios do Espaço Público, Lisboa: Livros Horizonte.
- Denicoli, S. (2011). TDT: Cidadãos utilizam a Internet para exigir mudanças. Acedido em [<http://tvdigital.wordpress.com/2011/12/02/tdt-cidadaos-utilizam-a-internet-para-exigirmudancas/>, acedido em 05/04/2012]
- Denicoli, S. (2012) “*A implementação da televisão digital terrestre em Portugal*”, Tese de doutoramento em Ciências da Comunicação da Universidade do Minho. Acedido em <http://hdl.handle.net/1822/22349>
- Dias, I. (2012). O uso das tecnologias digitais entre os séniores: Motivação e interesses. Sociologia, problemas e práticas,68. DOI: 10.7458/SPP201268693
- ERC (2010) A imprensa local e regional em Portugal. Lisboa: ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social.
- Fidalgo, A. & Serra, P. (Eds.) (2003) Jornalismo Online. Informação e Comunicação Online. Covilhã: Universidade da Beira Interior [eBook]. Acedido em http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/fidalgo_serra_ico1_jornalismo_online.pdf
- Jornal de Notícias (2015, 18 de Agosto). A televisão digital terrestre deveria estar a funcionar em pleno desde 26 de abril 2012, data do apagão do sistema analógico, mas as

- queixas dos cidadãos não pararam. Acedido em http://www.jn.pt/PaginaInicial/Nacional/interior.aspx?content_id=4734276
- Jornal de Notícias (2010, 28 de Maio). Pressnordeste contraria crise com crescimento de receitas e novas aquisições. Acedido em http://www.jn.pt/paginainicial/pais/concelho.aspx?Distrito=Bragan%EA&Concelho=Bragan%EA&Option=Interior&content_id=1580737&page=-1
 - Lopes, F; Neto, I.; Denicoli, S. (2011) ‘Cronologias daquilo que se passou na TV portuguesa entre Setembro de 2010 e Agosto de 2011’ In Lopes, F. (org.). A TV dos jornalistas. Universidade do Minho, Braga, pp. 111-118. [http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/tv_jornalistas, acedido em 12/05/2012]
 - Mota, D. (2005). A televisão adiada: as políticas para a televisão regional e local em Portugal. *Comunicação e Sociedade*, 7, 115-152.
 - OberCom (2015). A Televisão em Portugal: Análise das audiências e dinâmicas concorrenciais do mercado televisivo português entre 1999 e 2014. Acedido em http://www.obercom.pt/client/?newsId=428&fileName=sec_televisao_2015.pdf
 - Santos, S. (2012). A implementação da Televisão Digital Terrestre em Portugal. Dissertação de Doutoramento, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Acedido em http://resistir.info/livros/tese_tv_digital.pdf
 - Soares, A. (2011). Webtelevisão em Portugal: Especificidades na produção de notícias para a Web. Dissertação de Mestrado, Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal. Acedido em <https://ubithesis.ubi.pt/bitstream/10400.6/1309/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20de%20Mestrado%20Catarina.pdf>
 - TDT (2008). Acedido em 30 de Maio de 2015 em <http://tdt.telecom.pt/>
 - TDT em Portugal (2013). TDT espanhola recebida. Acedido em <http://tdt-portugal.blogspot.pt/2013/05/tdt-dx-galicia-espana-portugal.html>
 - Veríssimo, I. (2012). TV local em Portugal: Perspetivas de desenvolvimento da televisão de proximidade no novo cenário digital. Dissertação de Mestrado, Universidade Nova, Lisboa, Portugal. Acedido em http://run.unl.pt/bitstream/10362/8661/1/TV%20local%20em%20Portugal_Perspetivas%20de%20desenvolvimento%20da%20televis%C3%A3o%20de%20proximidade%20no%20novo%20cen%C3%A1rio%20digital.pdf

ANEXOS

ANEXO 1 – Organograma PressNordeste



ANEXO 2 – Instalações PressNordeste



Figura 12 – Recepção



Figura 13 - Estúdio 1



Figura 14 - Estúdio 2



Figura 15 - Estúdio 3



Figura 16 – Redação



Figura 17 - Gabinete de paginação e multimédia

**ANEXO 3 – Ficha de conteúdos da Formação em Técnicas
Jornalísticas na Região Norte**

Formação em Técnicas Jornalísticas na Região Norte

Distrito de Bragança, concelho de Bragança

Dinamizador Local: Pressnordeste

- João Campos – 965 664 830 - jnordeste@hotmail.com

Apoio administrativo local:

Cidália Costa: 273329600 – geral@jornalnordeste.com

Instalações:

Associação Empresarial do Distrito de Bragança

Ana Paula Louzada - 273 304 635 - plouzada@nerba.pt

Calendarização:

De 4 a 26 de julho

Sextas das 19h às 23h e sábados da 9h às 13h e das 14h às 18:30h

Módulos:

Jornalismo de Imprensa (4 e 5 de julho)

Formador: Pedro Brinca

Fotojornalismo e Edição de Imagem (11 e 12 de julho)

Formadora: José Manuel Ribeiro

Jornalismo Radiofónico e Edição de Som (18 e 19 de julho)

Formador: Pedro Brinca

Jornalismo Televisivo, Captação e Edição de Imagem (25 e 26 de julho)

Formadora: Ricardo Sant'Ana ou Rui Rocha

Módulo de **Jornalismo de Imprensa** (12,5 horas)

Objetivos gerais:

Pretende-se que os formandos revejam princípios e técnicas da escrita jornalística, aperfeiçoando competências no âmbito do tratamento da informação para os órgãos de imprensa escrita e outros.

Objetivos específicos:

No final da ação, os formandos deverão ter melhorado a sua capacidade de organização da informação, a partir dos processos de recolha, de escolha de um ângulo de abordagem, de hierarquização do dados e de escrita clara, rigorosa e acessível.

Conteúdos:

- A missão do jornalismo. A sua utilidade e os diferentes perfis editoriais.
- A seleção e hierarquização da informação.
- Critérios de proximidade e ângulo de abordagem.
- Características do texto jornalístico.
- Conceito de notícia.
- O lead e a pirâmide invertida
- Funções dos títulos.
- Eficácia do discurso jornalístico.

Formador:

Pedro Brinca, pnbrinca@gmail.com

Módulo de **Fotojornalismo e Edição de Imagem** (12,5 horas)

Objetivos gerais:

Aprendizagem, compreensão e exercício das principais características da comunicação visual e fotográfica e dos mecanismos técnicos básicos da fotografia para publicação em suportes media, papel e internet.

Objetivos específicos:

No final da ação, os formandos deverão estar sensibilizados às principais características da comunicação fotográfica e à complexidade e variáveis técnicas resultantes da utilização das camaras fotográficas na perspetiva de uma melhor utilização nos seus órgãos de comunicação social.

Conteúdos:

- Da perceção humana à visão fotográfica.
- Da camara escura às atuais tecnologias fotográficas digitais.
- Estética, composição e o “momento” fotográfico.
- Os principais mecanismos de controlo de uma máquina fotográfica.
- Exercício prático de simulação de vários cenários de reportagem.
- As diferentes áreas, sociedade, politica, desporto, etc. e suas especificidades profissionais.
- Edição, tratamento e adequação ao suporte media, papel e internet: capa e home page, portfólio e slideshow, imagens singulares e sua escala em página.

Formador:

José Manuel Ribeiro – josemanueribeiro@gmail.com

Módulo de **Jornalismo Radiofónico** (12,5 horas)

Objetivos gerais:

Pretende-se que os formandos revejam princípios e técnicas da escrita jornalística adaptada ao meio rádio, aperfeiçoando competências no âmbito do tratamento dos elementos sonoros que caracterizam o meio.

Objetivos específicos:

No final da ação, os formandos deverão ter melhorado a sua capacidade de identificar a narrativa e a linguagem específica do meio radiofónico, de escrever para ser ouvido e de criar interligações harmoniosas entre os vários elementos da narrativa radiofónica.

Conteúdos:

- As especificidades do meio rádio.
- A narrativa radiofónica.
- Escrita e linguagem para rádio.
- Manuseamento dos equipamentos de captação.
- Leitura e comunicação oral.
- Edição de som.
- Sonorização e efeitos especiais.

Formador:

Pedro Brinca, pnbrinca@gmail.com

Módulo de **Jornalismo Televisivo, Captação e Edição de Imagem** (12,5 horas)

Objetivos gerais:

Compreender o processo de construção narrativa audiovisual tendo em conta os diferentes tipos de conteúdos jornalísticos.

Objetivos específicos:

- Compreender os princípios elementares que constituem a imagem
- Aprender o conceito de imagem em movimento
- Identificar os diferentes sistemas de vídeo vigentes
- Identificar os formatos de écran existentes no vídeo
- Dominar os conceitos que permitem a representação da realidade
- Compreender a necessidade do planeamento prévio às gravações
- Identificar os elementos que podem fazer parte da construção do produto audiovisual
- Aprender as diferentes metodologias de trabalho consoante a construção narrativa pretendida

Conteúdos:

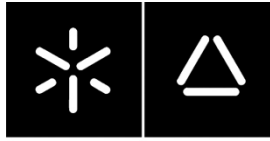
- A imagem.
- Narrativa audiovisual.
- Captação de imagem.
- Edição de imagem.

Formador:

Ricardo Sant'Ana, rj.santana.s@gmail.com

Rui Rocha, ruirocha@sic.pt

ANEXO 4 – Modelo de inquérito



Universidade do Minho

Como aluno do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, Mestrando em Ciências da Comunicação, no ramo profissionalizante de Audiovisual e Multimédia, tenho como objetivo de projeto de Estágio Curricular, a criação de uma televisão regional que tem como fim a divulgação da região do Distrito de Bragança. Venho assim, por este meio, recolher dados através do seguinte questionário de modo a perceber a importância de uma TV Regional para a população. Os dados recolhidos no questionário são usados apenas para a realização do trabalho e as respetivas respostas anónimas.

A sua participação é imprescindível para a concretização do estudo. O questionário poderá ser interrompido em qualquer momento, se assim o desejar. Agradeço desde já a sua disponibilidade.

1. Caracterização

Para responder às questões abaixo anunciadas indique apenas **1 item**, aquele que melhor o caracteriza. Assinale com uma cruz (X) dentro do quadrado respetivo.

1.1. Género

1.1.1. Feminino

1.1.2. Masculino

1.2. Idade

- 1.2.1. 18-30 Anos
- 1.2.2. 31-40 Anos
- 1.2.3. 41-50 Anos
- 1.2.4. 51-60 Anos
- 1.2.5. 61-70 Anos
- 1.2.6. + 71 Anos

1.3. Nível de Escolaridade

- 1.3.1. Nenhum
- 1.3.2. 1º Ciclo Básico
- 1.3.3. 2º Ciclo Básico
- 1.3.4. 3º Ciclo Básico
- 1.3.5. Secundário e Pós-Secundário
- 1.3.6. Superior

1.4. Qual o seu concelho de naturalidade?

- 1.4.1. Alfândega da Fé
- 1.4.2. Bragança
- 1.4.3. Carraceda de Ansiães
- 1.4.4. Freixo de Espada à Cinta
- 1.4.5. Macedo de Cavaleiros
- 1.4.6. Miranda do Douro
- 1.4.7. Mirandela
- 1.4.8. Mogadouro
- 1.4.9. Torre de Moncorvo
- 1.4.10. Vila Flor
- 1.4.11. Vimioso

- 1.4.12. Vinhais
- 1.4.13. Não sou Natural do Distrito de Bragança

1.5. Qual o seu concelho de residência?

- 1.5.1. Alfândega da Fé
- 1.5.2. Bragança
- 1.5.3. Carraceda de Ansiães
- 1.5.4. Freixo de Espada à Cinta
- 1.5.5. Macedo de Cavaleiros
- 1.5.6. Miranda do Douro
- 1.5.7. Mirandela
- 1.5.8. Mogadouro
- 1.5.9. Torre de Moncorvo
- 1.5.10. Vila Flor
- 1.5.11. Vimioso
- 1.5.12. Vinhais
- 1.5.13. Não resido no Distrito de Bragança

2. TV Regional

2.1. Na sua opinião, seria importante a criação de uma TV Regional no Distrito de Bragança?

- 2.1.1. Sim
- 2.1.2. Não

2.2.

2.3. Em que plataformas assistiria a TV Regional? (Se necessário, assinale mais do que 1 item)

2.3.1. TDT

2.3.2. TV por cabo

2.3.3. Internet

2.4. Que tipo de programas acharia importantes assistir? (Se necessário, assinale mais do que 1 item)

2.4.1. Notícias

2.4.2. Desporto

2.4.3. Política

2.4.4. Cultural

2.4.5. Entretenimento

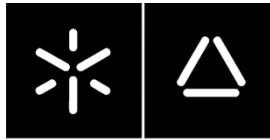
2.4.6. Histórico

2.4.7. Divulgação da região

2.4.8. Filmes/séries

Obrigado pela sua
disponibilidade.

ANEXO 5 – Modelo de entrevista a Profissionais da área



Universidade do Minho

Como aluno do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, Mestrando em Ciências da Comunicação, no ramo profissionalizante de Audiovisual e Multimédia, tenho como objetivo de projeto de Estágio Curricular, a criação de uma televisão regional que tem como fim a divulgação da região do Distrito de Bragança. Venho assim, por este meio, recolher opiniões de profissionais da área da comunicação através da seguinte entrevista de modo a perceber as opiniões dos mesmos acerca da criação de uma TV Regional. Os dados recolhidos no questionário são usados apenas para a realização do trabalho.

A sua participação é imprescindível para a concretização do estudo. Agradeço desde já a sua disponibilidade.

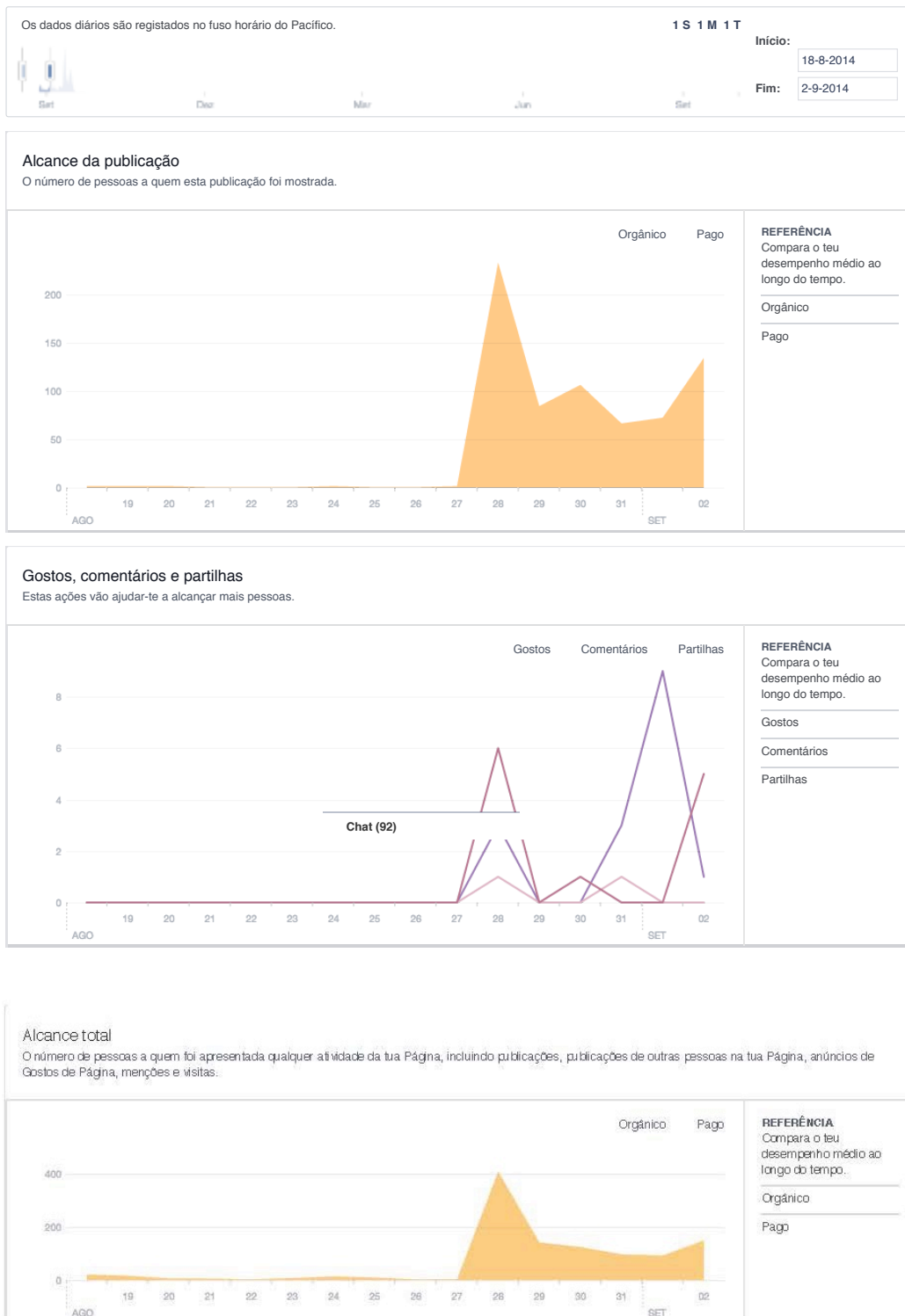
- 1- Pensa que seria importante a criação de um canal regional no distrito de Bragança?
- 2- Na sua opinião de quem deveria partir essa iniciativa? Autarquia ou grupos de comunicação existentes?
- 3- Na sua opinião, o que falta para que se implemente um possível projeto?
- 4- O que mais dificulta esta implementação?
- 5- Na sua opinião, que temáticas deveriam ser tratadas no possível canal de televisão regional?

Obrigado pela sua colaboração

ANEXO 6 – Estatísticas das plataformas

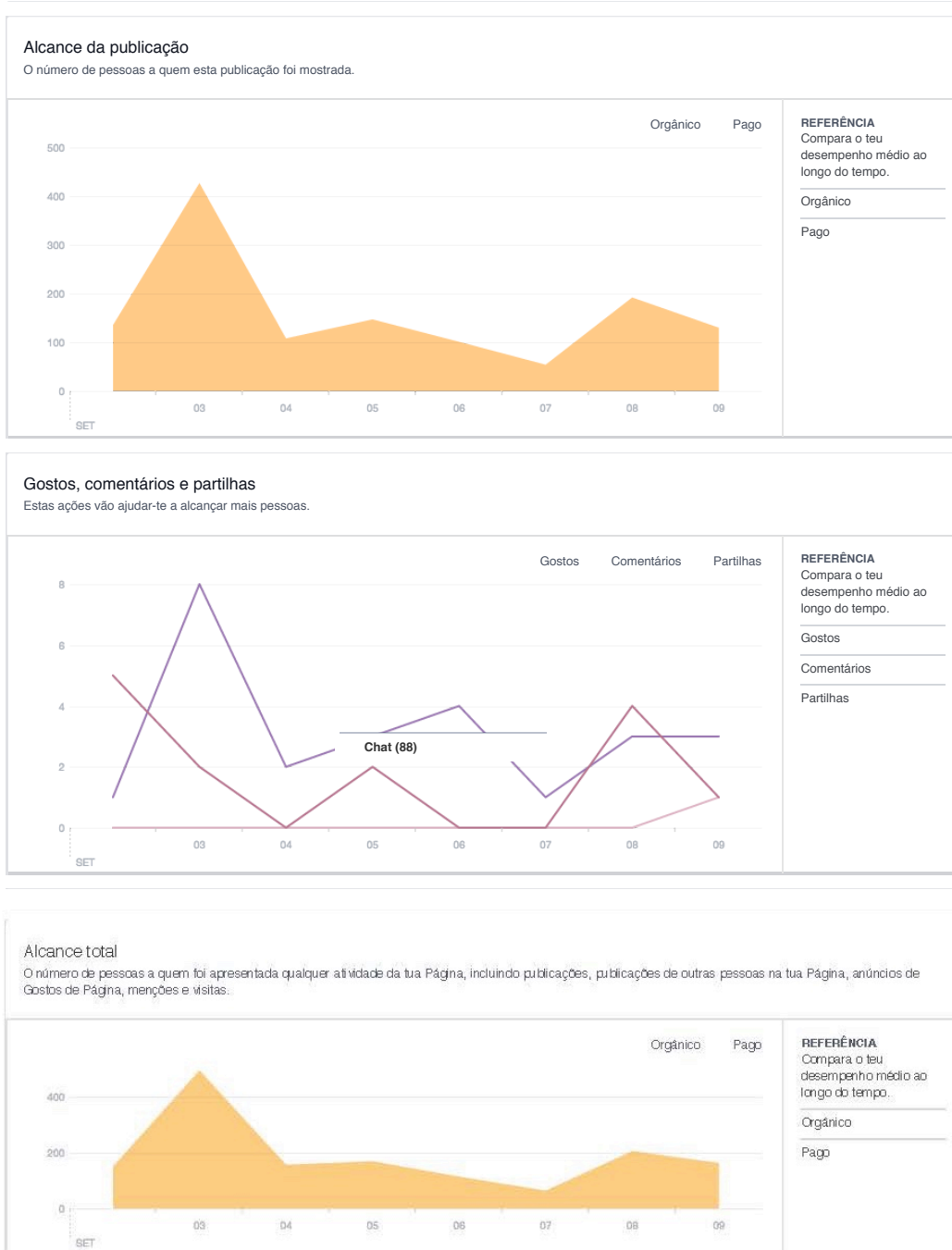
6.1– Facebook

Semana um



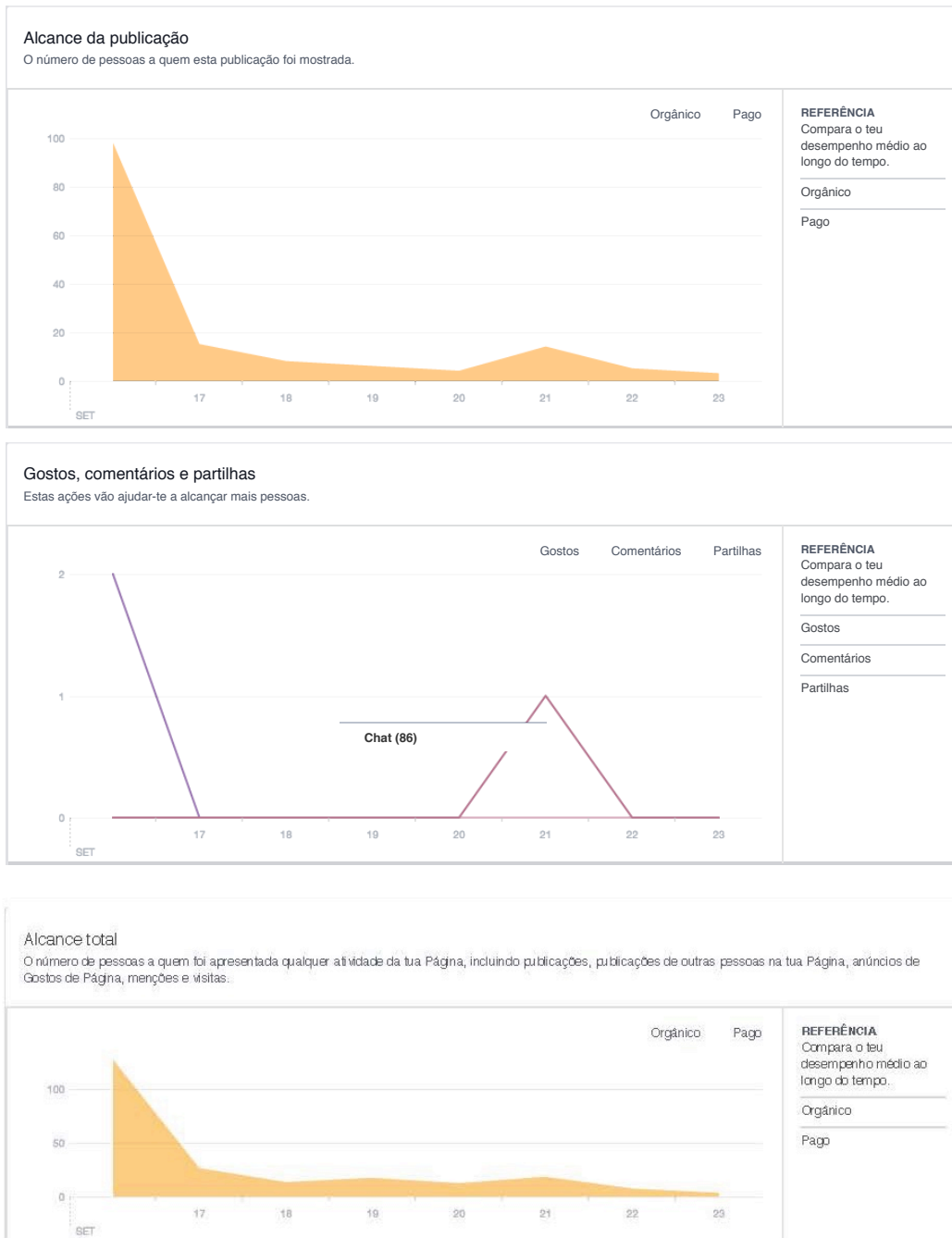
Fonte: <https://www.facebook.com/nordestetelevisao/insights?section=navReach>

Semana dois



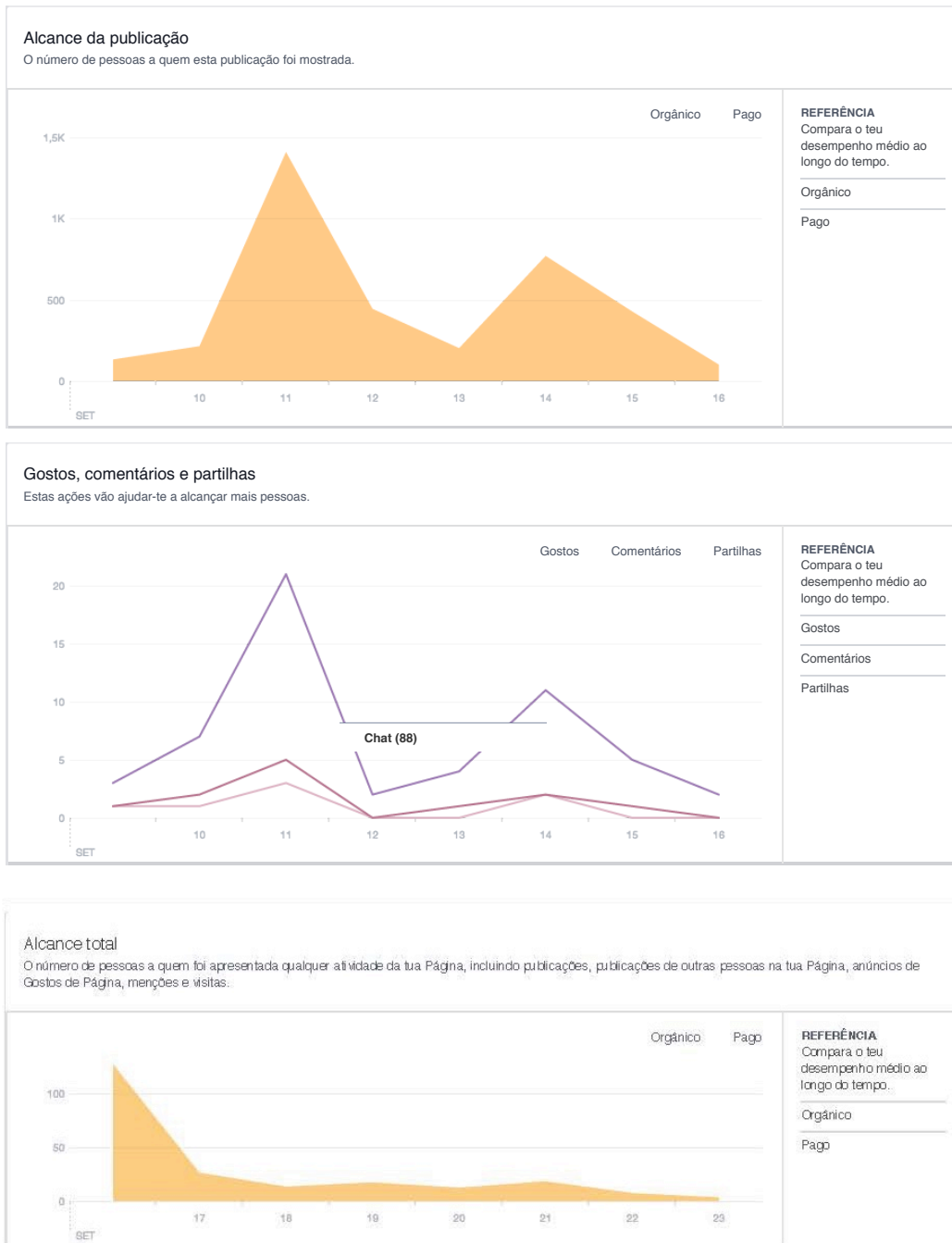
Fonte: <https://www.facebook.com/nordestetelevisao/insights?section=navReach>

Semana três



Fonte: <https://www.facebook.com/nordestetelevisao/insights?section=navReach>

Semana quatro



Fonte: <https://www.facebook.com/nordestetelevisao/insights?section=navReach>

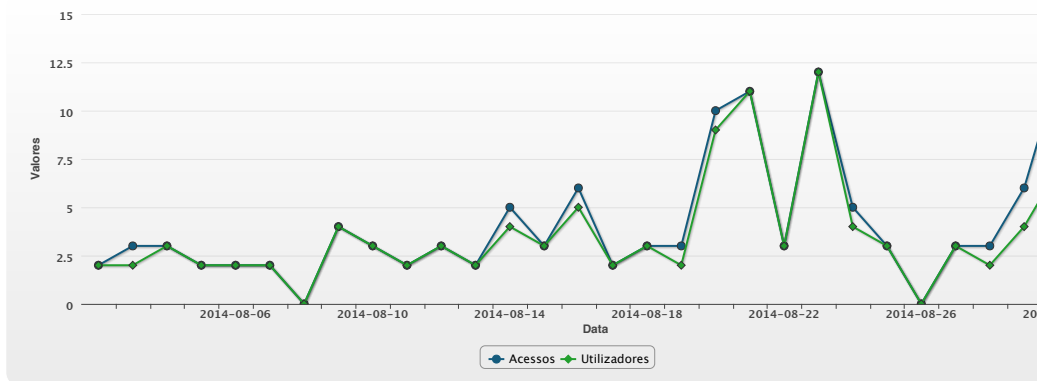
6.2– Meo Kanal

Semana um



Os dados mostrados nesta página são processados e atualizados diariamente.

Gráfico



fonte: <http://kanal.pt/gerir-canais/estatisticas/978000>)

Semana dois

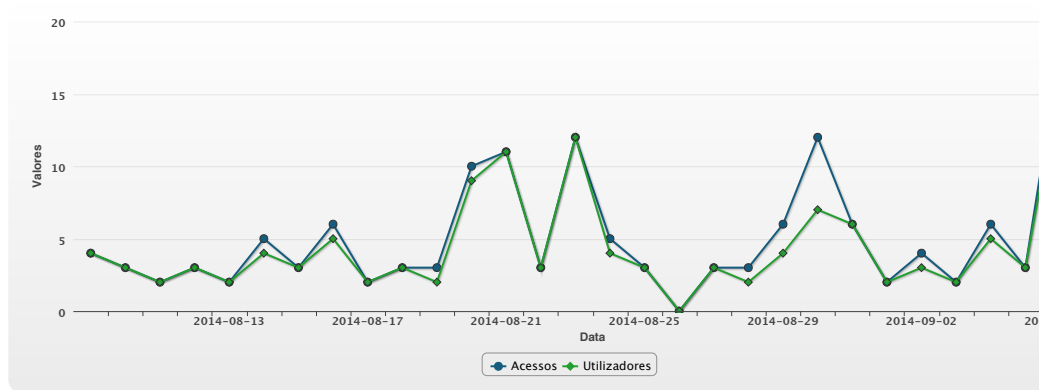
Visualizações
TOTAL
26,999
ONTEM
10
ÚLTIMA SEMANA
51
ÚLTIMO MÊS
155

Visitantes
TOTAL
14,832
FAVORITOS
74
NÚMERO DE "GO":
34
PÁGINA PÚBLICA [ver página](#)
2,617

Duração Média(hh:mm)
TOTAL
00:14
ONTEM
00:02
ÚLTIMA SEMANA
00:01
ÚLTIMO MÊS
00:04

Os dados mostrados nesta página são processados e atualizados diariamente.

Gráfico



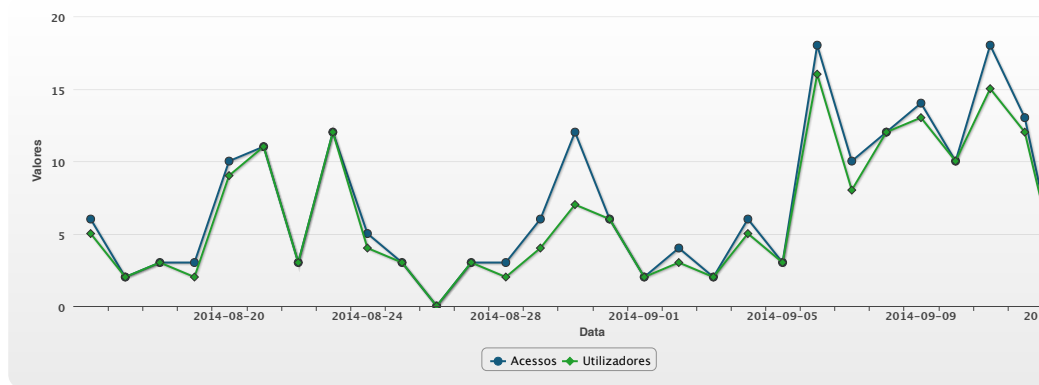
fonte: <http://kanal.pt/gerir-canais/estatisticas/978000>)

Semana três



Os dados mostrados nesta página são processados e atualizados diariamente.

Gráfico



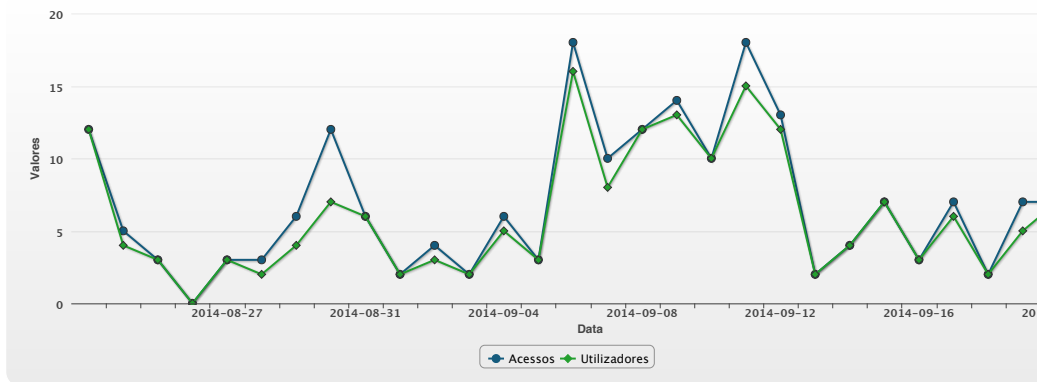
fonte: <http://kanal.pt/gerir-canais/estatisticas/978000>)

Semana quatro



Os dados mostrados nesta página são processados e atualizados diariamente.

Gráfico



fonte: <http://kanal.pt/gerir-canais/estatisticas/978000>)