

**AS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO JORNALÍSTICA NO CONTEXTO LOCAL-REGIONAL:
UM ESTUDO COMPARATIVO DO BRASIL E PORTUGAL**

THE CONDITIONS OF JOURNALISTIC PRODUCTION IN LOCO-REGIONAL CONTEXT:
A COMPARATIVE STUDY OF BRAZIL AND PORTUGAL

Bárbara Avrella¹
Beatriz Dornelles²

PALAVRAS-CHAVE

*jornalismo local-
regional; produção
jornalística; veículos
jornalísticos*

KEYWORDS

*local-regional
journalism;
journalistic
production;
journalistic media*

Resumo

Neste trabalho, procurou-se apresentar uma discussão teórica a respeito de questões relacionadas ao jornalismo local-regional, sendo parte de uma pesquisa mais abrangente que se dedica a estudar as condições de produção jornalística no contexto local-regional, analisando, comparativamente, Brasil e Portugal. O estudo foi motivado pelo atual cenário do jornalismo, em que a internet se faz presente em todo o processo comunicacional, havendo, ainda, uma queda no número de anunciantes nos veículos tradicionais e uma redução no número de profissionais nas redações jornalísticas. Apresentou-se, neste estudo, conceitos oriundos da geografia, os quais são fundamentais para o desenvolvimento da pesquisa.

Abstract

In this study, we sought to present a theoretical discussion about issues related to local-regional journalism, being part of a more comprehensive research that is dedicated to studying the conditions of journalistic production in loco-regional context, analyzing, comparatively, Brazil and Portugal. The study was motivated by the current scenario of journalism, in which the internet is present in all the communicational process, there is still a drop in the number of advertisers in traditional vehicles and a reduction in the number of professionals in the journalistic essays. Presented in this study, concepts from geography, which are fundamental for the development of the research.

¹ Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Email: barbara.avrella@gmail.com.

² Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Email: thuanny.cappellari@gmail.com.

Introdução

Este trabalho faz parte de uma pesquisa mais abrangente que se dedica à investigação das condições de produção jornalística no contexto local-regional no Brasil e Portugal, motivada pelo atual cenário do jornalismo, em que a internet se faz presente em todo processo comunicacional, havendo, ainda, uma queda no número de anunciantes nos veículos tradicionais, especialmente no Brasil e uma redução no número de profissionais nas redações jornalísticas.

É preciso lembrar que o trabalho aborda duas realidades jornalísticas e territoriais distintas, visto que o território brasileiro abrange uma área de 8.515.767,049 km² e Portugal 92.212 km², equivalente, por exemplo, ao estado de Pernambuco (98.311 km²), no Brasil. Por isso, no que tange ao jornalismo, muito do que consideramos local no Brasil é entendido como regional em Portugal. Em razão disso, trabalhamos, aqui, com o binômio local-regional.

Com a propagação da internet, os produtores de notícias passaram a utilizá-la como fonte de informações, o que permitiu o acesso a notícias de todo o mundo sem a necessidade de o repórter estar no local do acontecimento. Desta forma, sites jornalísticos e agências de notícias tornaram-se fontes indispensáveis para os profissionais do meio. A grande mídia e a internet são responsáveis pela produção e divulgação de notícias globais, enquanto os acontecimentos que abrangem uma comunidade específica farão parte da mídia local-regional.

Este trabalho elege como objeto de estudo o jornalismo local-regional, voltando-se para o processo de produção jornalística de veículos de comunicação sob um dos aspectos da abordagem do *newsmaking*: a rotina profissional. Cabe lembrar que o estudo se centra na análise da rotina profissional do jornalista em jornais impressos e rádios locais-regionais do Brasil e Portugal. Ainda, optou-se por analisar o jornalismo praticado em municípios com uma população menor que 150 mil habitantes, fora do eixo metropolitano.

Por se tratar de uma discussão preliminar, sem resultados alcançados, faremos uma discussão teórica sobre o tema. A pesquisa se torna relevante em função de o jornalismo local-regional ser um rico campo de análise, dotado de singularidades e ainda pouco explorado pelos pesquisadores. Além disso, o cenário atual do jornalismo instiga uma reflexão mais aprofundada acerca da problemática.

Definindo Conceitos

Um dos desafios ao se trabalhar com o jornalismo local-regional diz respeito à problemática conceitual, visto que as expressões jornalismo local, jornalismo regional,

jornalismo do interior e jornalismo de proximidade são usadas comumente como sinônimos. Segundo Aguiar (2016, p. 17),

essas são as denominações mais comuns atribuídas a práticas jornalísticas que se diferenciam da chamada 'grande imprensa' das regiões metropolitanas por duas particularidades: a maior proximidade geográfica em relação aos fatos que reportam, com os leitores que privilegiam e com as fontes às quais dão voz; a forte identidade sociocultural e político-econômica com os territórios em que circulam (ou que alcançam).

Por isso, buscamos, aqui, apresentar conceitos-chave da geografia para entender e problematizar questões que estão intrinsicamente ligadas a esta pesquisa, como as definições de região e local, por exemplo.

Um dos termos que mais utilizaremos neste trabalho é região. Cada vez mais este conceito vem sendo reinterpretado e atualizado por pesquisadores da geografia. Um dos autores brasileiros que se dedica aos estudos sobre região e regionalização é Rogério Haesbaert. De acordo o autor “a questão regional retoma hoje sua força, em primeiro lugar, pela proliferação efetiva de regionalismo, identidades regionais e de novas-velhas desigualdades regionais [...], tanto no nível global, mais amplo, como internacionais” (Haesbaert, 2010, p. 15). Ainda, Haesbaert (2010, p. 16) ressalta que “[...] o discurso da mídia e a formação do senso comum alimentam uma revalorização do 'regional' [...]”.

Em relação ao discurso da mídia no que tange ao regional, Salovaara-Moring (2004 apud Aguiar, 2016, p. 122) explana:

O ato de produzir discursos regionais e performativos – também em jornais regionais – é um ato de poder regional, político ou étnico exercido por certas autoridades. Este poder opera via revelação e construção, produzindo a objetivação de uma área como uma região no discurso.

A valorização do regional, para muitos, está estreitamente ligada à globalização, “sendo interpretada, nesse caso, como uma revalorização do 'local' singular, da diferença” (Haesbaert, 2010, p. 16). Muitas vezes, escalas intermediárias, como a regional, são negligenciadas dos debates públicos. Brandão (2007, citado em Aguiar, 2016, p. 109) reforça que “o papel basilar da escala 'nacional' para análise das questões de desenvolvimento frente ao sistema capitalista global, especialmente em um país de dimensão continental, como o Brasil, e marcado por 'heterogeneidades estruturais (produtivas, sociais, regionais, políticas e culturais)”.

O processo de regionalização é dotado de complexidade, bem como seus conceitos aplicados, visto que o Estado é um dos principais responsáveis pela criação e produção desses conceitos. Para Haesbaert (2010, p. 127),

a região, enquanto uma espécie de unidade espacial definida a partir de uma determinada articulação de relações socioespaciais, dotada de similaridades ('homogeneidade relativa') e/ou de coesão (funcional e/ou simbólica), evidentemente, é sempre definida a partir de sua especificidade, de sua diferenciação ou contraste.

Enquanto João (2001, p. 700) define a região como

um espaço com limites definidos pela geografia e a história, relativamente integrado do ponto de vista económico, político e cultural, cuja população partilha um capital de mitos, memórias e tradições comuns que são a base da consciência e da identidade regional.

Entende-se, aqui, região como um conjunto mais abrangente de locais, podendo ser constituído por diversos espaços histórico, social e culturalmente similares. É pertinente destacar que o *local* diz respeito a um espaço bem delimitado, onde os costumes, hábitos e identidades sociais são construídos. É onde se estabelecem relações históricas, sociais, culturais e também linguísticas. Para Ortiz (1999, p. 59)

quando nos referimos ao 'local', imaginamos um espaço restrito, bem delimitado, do interior do qual se desenrola a vida de um grupo ou de um conjunto de pessoas. Ele possui um contorno preciso, a ponto de se tornar baliza territorial para os hábitos cotidianos. O "local" se confunde, assim, com o que nos circunda, está "realmente presente" em nossas vidas.

O local é o lugar de significância para seus habitantes e também para os emigrantes desta localidade. Raddatz (2009, p. 5) enfatiza que "o local é significativo, porque é ali que se encontra uma primeira referência do mundo".

Colaborando para definição de local, Peruzzo destaca:

O local se caracteriza como um espaço determinado, um lugar específico de uma região, no qual a pessoa se sente inserida e partilha sentidos. É o espaço que lhe é familiar, que lhe diz respeito mais diretamente, muito embora as demarcações territoriais não lhe sejam determinantes. (Peruzzo, 2006, p. 144)

Ortiz (1999, pp. 59-60) trabalha com três perspectivas a respeito do local: a proximidade do lugar (em contraste com o distante); a familiaridade (associado a questão das identidades e das raízes históricas e culturais); e a diversidade (é plural, se opõe ao

global ou ao nacional apenas como abstração). Mesmo situadas em um universo global, em que se partilham todos os tipos de mercadorias (alimento, tecnologia, informação, etc.), cada localidade possui as suas singularidades. Ainda que haja semelhanças, o que prevalece são os contrastes, as especificidades locais. Para Raddatz (2009, p. 27), “apesar do antagonismo, na globalização, o mundo tem uma configuração local, porque (o local) pode se transportar para qualquer lugar”.

Enfim, Aguiar (2016, p. 72) apresenta o significado do binômio local-regional: “que se refere a localidades sócio-historicamente construídas, de capitais a cidades de porte médio e aglomerados de pequenas cidades reconhecidas como uma região”. Nesta pesquisa, privilegiar-se-á o estudo de cidades de porte médio e/ou aglomerados de pequenos municípios.

Veículos jornalísticos locais e regionais

É intrínseco ao ser humano se interessar primeiramente pelo que lhe é próximo. Mesmo com a condição atual da sociedade em que as pessoas procuram consumir produtos e se inteirar de tudo globalmente, há cidadãos ávidos por se manter vinculados a uma determinada localidade. “Na sociedade mundializada vivem pessoas que desejam manter contato com as suas raízes, com um lugar, com uma cultura, quer dizer, com tudo aquilo que reafirma a personalidade própria frente aos demais” (López García, 2004, p. 8).

Buscamos, antes de tudo, ficar informados com assuntos que influenciam diretamente o nosso cotidiano. Por isso, “o meio de comunicação local tem a possibilidade de mostrar melhor do que qualquer outro a vida em determinadas regiões, municípios, cidades, vilas, bairros, zonas rurais etc.” (Peruzzo, 2005, p. 78). Esses veículos estão comprometidos em transmitir os fatos que são gerados no território a que pertencem, proporcionando assim maior interação e identidade com a sociedade local.

Os veículos de comunicação locais e regionais têm o poder de falar para e sobre uma comunidade e/ou região. Elas vão além de uma especificação geográfica, voltando-se mais para uma identificação sociocultural com o lugar onde estão inseridos. Os conteúdos abordados por esses meios envolvem basicamente o seu entorno, destacando, temáticas globalizadas que tragam consequências para a localidade. Para Comassetto (2007, p. 66), “o espaço local continua tendo sua importância; as questões e problemáticas aí geradas são relevantes para as comunidades e há um público ávido por conteúdos relacionados ao seu lugar de residência ou de trabalho”. O autor salienta que os assuntos de interesse localizado não são trabalhados pela grande mídia, então, compete aos veículos locais darem conta dessas informações.

Os temas mais globalizados são, em sua maioria, produzidos por agências de notícias e pelos noticiários de TV. De acordo com Dornelles (2004), o surgimento dos meios de comunicação no interior se deu pelo fato de os empresários do setor jornalísticos perceberem a necessidade de as pessoas estarem informadas dos acontecimentos locais:

Os empresários do setor jornalístico detectaram a necessidade do público em ser informado sobre os acontecimentos locais ou próximos à comunidade, o que não é feito pela grande imprensa e, também, em contarem com um veículo onde pudessem manifestar suas reivindicações e realizar denúncias, o que não tem o respaldo da imprensa de grande porte.(Dornelles, 2004, p. 154)

Por outro lado, os veículos locais e regionais têm a necessidade de veicular informações de âmbito nacional e internacional, por exemplo, recorrendo, assim, a materiais prontos, elaborados principalmente por assessorias de imprensa ou disponibilizados na web. Muitas vezes, isso é resultado da carência de profissionais. No rádio, por exemplo, o jornalismo exercido é feito muitas vezes de forma amadora, sem profissionais com formação técnica na área, como lembra Sant'Anna (2008, p. 75): “embora rico em estações e em audiência, o rádio não é um grande empregador de radiojornalistas e, portanto, pobre na produção e difusão de conteúdos jornalísticos próprios”. Isso faz com que pouco se produza nesses meios e o que é veiculado baseie-se no oficialismo e em *press-releases* de assessorias de imprensa. Brinca (2012, p. 32) destaca a realidade dos veículos de comunicação do interior: “jornais que funcionam sem ter um único jornalista. Jornais onde não se escreve uma única palavra. Apenas se copia. E agora, com o envio dos comunicados de imprensa por e-mail, basta ‘copiar’ e ‘colar’”.

Muitos são os fatores que podem ocasionar a dependência do jornalismo local-regional por conteúdos oriundos de fontes diversas, como, por exemplo: escassez de profissionais para a cobertura direta do fato; falta de qualificação profissional; ineficácia no gerenciamento do tempo para produção; pouca cobrança interna e externa; comodismo; ausência de concorrência qualificada; e órgãos públicos como principais fontes de arrecadação. Este último item tem sido determinante na escolha dos fatos que serão noticiados nos meios de comunicação do interior. O que se percebe é que em grande parte desses veículos as informações já não são mais definidas com base em valores-notícia, mas, sim, na lucratividade do meio.

Acrescente-se, em alguns casos, a opção administrativa de donos de veículos em aceitar com naturalidade o exercício de um jornalismo baseado em fontes oficiais, já que isso garante a sobrevivência do veículo. Nessas condições, “o jornalismo local deixa de

explorar seu imenso potencial de trabalhar com a informação isenta e atender a todos os setores que perfilam a vida de uma comunidade” (Peruzzo, 2005, p. 81).

Além de tudo, essas empresas possuem restrições orçamentais, já que grande parte da sua renda é procedente dos órgãos públicos e comércio local, fazendo com que não se invista em uma equipe suficiente para cobrir a demanda de trabalho. Isto tem gerado, além do uso excessivo de materiais produzidos pelas assessorias de imprensa, a utilização de informações retiradas da internet. Em muitos casos, notícias do próprio município ou região são consultadas em sites jornalísticos de outros veículos e nas redes sociais, sem haver o aprofundamento da informação.

Produção Jornalística

Para compreender como se dá o processo de produção jornalística nos meios de comunicação de massa, este estudo apoia-se na perspectiva do *newsmaking*, a qual tem como foco o processo de produção das notícias, estando articulada principalmente entre dois limites: a cultura profissional e a organização do trabalho e dos processos produtivos (Wolf, 2008). De acordo com Aguiar (2006), a cultura profissional é entendida como um emaranhado de estereótipos, representações sociais e rituais relativos às funções dos meios de comunicação e dos jornalistas, à concepção do principal produto – a notícia – e às modalidades que presidem à sua confecção. A organização do trabalho e dos processos produtivos diz respeito às restrições sobre as quais se criam convenções profissionais que determinam a definição de notícia, legitimam o processo produtivo – desde a utilização das fontes até à seleção dos acontecimentos e as modalidades de confecção do noticiário – e contribuem para se prevenir das críticas dos leitores. Ainda, segundo Hohlfeldt (2007),

a hipótese de *newsmaking* dá especial ênfase à produção de informações, ou melhor, a potencial transformação dos acontecimentos cotidianos em notícia. Deste modo, é especialmente sobre o emissor, no caso o profissional da informação, visto enquanto intermediário entre o acontecimento e sua narratividade, que é a notícia, que está centrada a atenção destes estudos, que incluem sobretudo o relacionamento entre fontes primeiras e jornalistas, bem como as diferentes etapas da produção informacional, seja ao nível da captação da informação, seja em seu tratamento e edição e, enfim, em sua distribuição. (Hohlfeldt, 2007, pp. 203-204)

Ao tratar da perspectiva do *newsmaking*, reporta-se apenas ao jornalista – a sua função como produtor da informação e o seu método de trabalho –, sem envolvimento do público na tomada de decisões. Em todas as etapas da produção jornalística, o profissional se apoia em critérios para selecionar o que pode ou não se tornar notícia. Wolf (2008)

acredita que esta escolha está baseada em critérios de relevância e noticiabilidade. O autor enfatiza que “o objetivo declarado de qualquer órgão de informação é fornecer relatos dos acontecimentos significativos e interessantes. [...] este objetivo é, como muitos outros fenômenos aparentemente simples, inextricavelmente complexo” (Wolf, 2008, p. 194). Na visão de Wolf (2008), deve-se ter como base para a seleção de notícias os critérios de noticiabilidade. Segundo o estudioso, a noticiabilidade está estreitamente ligada aos processos que padronizam e tornam rotineiras as práticas de produção: ela equivale a introduzir práticas de produção estáveis numa “matéria-prima” (os acontecimentos do mundo), por sua natureza extremamente variável e imprevisível” (Wolf, 2008, p. 196).

Em muitos casos, a política organizacional e o público-alvo do meio de comunicação interferem na seleção dos critérios de noticiabilidade a serem usados, fazendo com que estes preceitos não sejam adotados da mesma maneira em todos os veículos. Pettenucci (2009, p. 53) enfatiza que “o recorte das transformações sociais é determinado pela linha editorial e audiência. A ideologia da empresa e os critérios de noticiabilidade condicionam quais personalidades e assuntos serão noticiados, segundo a linha editorial”. Por isso, a seleção dos fatos noticiáveis está totalmente enraizada na visão de mundo estabelecida pelo veículo de comunicação. Mesmo que as informações passem por filtros ideológicos que envolvem a empresa para a qual o jornalista trabalha, a construção da notícia depende exclusivamente do profissional, já que é ele quem apura o material, escolhe as fontes e redige o texto. O tratamento que é dado a essas notícias está intrinsecamente ligado à cultura profissional do jornalista: a sua rotina de trabalho, o contato com as fontes, os constrangimentos organizacionais, entre outros elementos.

Escolher os fatos que se tornarão notícia exige competência e racionalidade do jornalista, pois “a seleção, certamente, começa na etapa primeira de ter-se que escolher entre alguns acontecimentos e outros para se noticiar” (Silva, 2005, p. 98). Por esse motivo, a unidade dos valores-notícias é imprescindível para o jornalista definir que fatos têm significância suficiente para serem publicados, levando em conta, principalmente, “[...] o grau de importância, relevância e identificação social para o público” (Grudzinski, 2009, p. 6). Como podemos notar em toda a perspectiva do *newsmaking*, o jornalista é o elemento mais importante na construção e triagem das notícias. Por isso, muitas vezes, suas crenças, ideologias e experiências de vida influenciam no modo de produção da notícia, expondo os fatos a partir do seu ponto de vista.

O processo de produção de notícias permeia por diversas etapas. Passa-se pela definição da pauta, captação e apuração dos fatos, seleção a partir do que é mais interessante e relevante para o público, redação e edição, até chegar ao produto final para

veiculação. Wolf (2008), quando se refere às rotinas produtivas no jornalismo, divide o trabalho em três principais fases: a coleta, a seleção e a edição e apresentação.

Na fase de coleta, o trabalho do repórter é ir ao encontro dos fatos que tenham potencial para se tornar notícia. Nesta etapa da produção jornalística, preza-se por informações que sejam atuais, que são consideradas “notícias quentes”, ou seja, que priorizam acontecimentos recentes ou que estejam em andamento. No entanto, como afirma Wolf (2008, p. 230), “motivos ligados à organização do trabalho impedem que haja demasiada atualidade”. Muitas vezes, devido aos curtos prazos para produção e apuração dos fatos, opta-se por informações que não sigam prioritariamente o critério de atualidade, mas que sejam de fontes confiáveis. É comum o jornalista manter uma rede de fontes de notícias às quais pode recorrer quando necessário. As fontes oficiais e oficiosas são as principais delas, sendo utilizadas, muitas vezes, demasiadamente.

A qualidade do material coletado também é fundamental para a seleção do conteúdo que será veiculado. Partindo disso, segue-se para outra fase do processo de produção de notícias proposto por Wolf (2008), a etapa da “seleção”. A escolha e composição do material que foi apurado é uma tarefa que exige diferentes olhares antes da sua efetiva seleção. A triagem começa desde as fontes utilizadas, a qualidade do material recolhido, a visão da empresa e, claro, o interesse público. De acordo com Baltar et al (2008), o critério de escolha do que é noticiado tem como objetivo atingir o leitor. Com isso, um fato vira notícia dependendo da importância que ele tem para o povo ou sociedade em questão.

Seguindo a mesma linha de raciocínio, Travancas (2010, p. 95) enfatiza que “dentro de um amplo universo de fatos ocorridos, os jornalistas estabelecem critérios que determinarão quais destes fatos serão vistos como notícias e, conseqüentemente, divulgados”. Fatores que perpassam o jornalismo interferem decisivamente na seleção do que será ou não notícia, como salienta Ortrivano (1985, p. 105):

a notícia sofre uma série de triagens, em que os critérios de seleção reais estão voltados em primeiro lugar para os aspectos jurídicos, políticos e econômicos. Só depois da notícia ser por eles aprovada é que pode ser submetida aos chamados critérios jornalístico.

Além do mais, a seleção das notícias se dá a partir do tempo e espaço. Essas restrições fazem com que algumas informações que para muitos poderiam ser consideradas importantes e interessantes sejam eliminadas nesta fase do processo, ou, então, sejam noticiadas de maneira superficial sem o devido aprofundamento. Isso vai ao encontro do que ressalta Wolf (2008): “o processo de seleção das notícias pode ser comparado a um funil

dentro do qual se colocam inúmeros dados que apenas um número restrito consegue ser filtrado”.

A última fase elencada por Wolf é a da edição e apresentação, a qual engloba, ainda, a redação de notícias. Para o autor esta é

a fase de confecção e apresentação dos acontecimentos dentro do formato e da duração dos noticiários, consiste, precisamente, em anular os efeitos das limitações provocadas pela organização produtiva, para restituir à informação o seu aspecto de espelho do que acontece na realidade exterior, independentemente do órgão informativo (Wolf, 2008, p. 259)

Nesta parte do processo, procura-se, novamente, contextualizar os acontecimentos. Na fase de edição são escolhidos os melhores trechos das entrevistas, pois esses detalhes são determinantes para o aprimoramento da notícia e, conseqüentemente, prender a atenção do público. Pettenuci (2009) lembra que a notícia é considerada a matéria-prima do jornalismo, é um bem de consumo que traz todos os apelos para despertar a atenção do público. Por isso, o emprego de técnicas de edição adequadas é decisivo para a qualidade do produto final.

Metodologia

Com o objetivo de estudar as condições de produção jornalística no contexto local-regional, analisando, comparativamente, Brasil e Portugal, uma das etapas do trabalho a ser desenvolvido é a pesquisa etnográfica, de observação de campo. Nesta fase, efetua-se as entrevistas e a observação não-participante, cujo período de coleta ainda não está definido. Concomitante a isto, os áudios da programação dos veículos serão captados, bem como o material impresso será reunido. As entrevistas serão realizadas com os donos e/ou gerentes dos veículos de comunicação selecionados para compreender aspectos como a história, a linha editorial e o contexto em que o veículo está inserido. No que tange aos profissionais, serão realizadas entrevistas e observação da rotina produtiva, com o propósito de identificar quem são e qual o nível de instrução dos profissionais, além de averiguar se trabalham concomitantemente no rádio e jornal impresso e verificar quais são as principais fontes jornalísticas. Já a coleta de material tem como propósito averiguar os valores-notícia utilizados pela empresa, se há uma transposição de conteúdo entre os veículos e quem são os anunciantes. Na próxima etapa da pesquisa há o cruzamento dos dados recolhidos através da observação de campo, entrevistas e coleta de material (áudio e impresso), além da finalização do material teórico.

Cabe lembrar que este trabalho se caracteriza como uma pesquisa qualitativa, cuja abordagem busca cruzar referenciais do jornalismo – focado na mídia impressa e radiofônica – com dados empíricos coletados por meio da observação não-participante e da entrevista aberta não dirigida. Como método, utilizamos o estudo de casos múltiplos delimitado por Yin (1991). Para o autor, um estudo de caso investiga um fenômeno contemporâneo (o “caso”) em seu contexto no mundo real, especialmente quando as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não puderem estar claramente evidentes. Ainda, deve responder a duas questões: “como” e “por quê” (Yin, 1991). Corroborando com isto, Duarte (2006) salienta que

o estudo de caso deve ter preferência quando se pretende examinar eventos contemporâneos, em situações onde não se podem manipular comportamentos relevantes e é possível empregar duas fontes de evidências, em geral não utilizadas pelo historiador, que são a observação direta e série sistemática de entrevistas. (Duarte, 2006, p. 219)

Para Yin (1991), o estudo de caso pode ser único ou múltiplo. Um estudo de caso único é análogo a um experimento único. O caso único representa o teste decisivo de uma teoria significativa. Refere-se a um caso raro ou extremo. Outro fundamento lógico para se selecionar um projeto de caso único, em vez de um projeto de casos múltiplos, é que o pesquisador tem acesso a uma situação previamente inacessível à observação científica (Yin, 1991). Já o estudo de caso múltiplo, segundo o autor, segue uma lógica de replicação:.

Qualquer utilização de projetos de casos múltiplos deve seguir uma lógica de replicação, e não de amostragem, e o pesquisador deve escolher cada caso cuidadosamente. Os casos devem funcionar de uma maneira semelhante aos experimentos múltiplos, com resultados similares (replicação literal) ou contraditórios (replicação teórica) previstos explicitamente no princípio da investigação. (Yin, 1991, p. 75)

Para realizar um estudo de caso, seja único ou múltiplo, é necessário utilizar uma série de técnicas. Uma das técnicas de pesquisa adotadas é a entrevista aberta, que de acordo com Duarte “tem como ponto de partida um tema ou questão ampla e flui livremente, sendo aprofundada em determinado rumo de acordo com aspectos significativos identificados pelo entrevistador enquanto o entrevistado define a resposta segundo seus próprios termos” (Duarte, 2006, p. 65). Travancas (2006, p. 102) afirma que neste tipo de entrevista tudo que está sendo dito interessa e é importante, em maior ou menor grau.

Utilizamos, ainda, a observação não-participante. Segundo Handem et al (2004, p. 126), ocorre quando o pesquisador não se envolve com o contexto a ser observado. As observações são realizadas à distância, não havendo a participação como membro da situação. Outra técnica adotada para a coleta dos dados é a análise de conteúdo. Ela serve

para a avaliação qualitativa dos áudios das programações e do material impresso. Para Bardin (1977, p. 32), “qualquer comunicação, isto é, qualquer transporte de significações de um emissor para um receptor controlado ou não por este, deveria poder ser escrito, decifrado pelas técnicas de análise de conteúdo”. Acreditamos que a análise de conteúdo propicia um melhor detalhamento do material recolhido, esclarecendo alguns significados que outras técnicas não conseguiriam responder.

Enfim, estima-se que este trabalho comparativo a respeito das condições de produção jornalística no contexto local-regional entre Brasil e Portugal evidencie as semelhanças e disparidades no jornalismo local-regional produzido nestes dois países, localizados em continentes diferentes e dotados de características culturais, sociais e econômicas próprias, contribuindo, assim, para o enriquecimento das pesquisas no campo da comunicação.

Além disso, acredita-se que em ambos os países há uma reformulação na rotina profissional do jornalista, em função da digitalização dos processos, da diminuição do quadro de profissionais, bem como da redução do número de anunciantes. Desta forma, a investigação pode contribuir para evidenciar a realidade dos veículos locais-regionais brasileiros e portugueses frente a esse contexto.

Referências Bibliográficas

- Aguiar, L. A. (2006). O jornalismo investigativo e seus critérios de noticiabilidade: notas introdutórias. *Alceu*, 7(13), 73-84.
- Aguiar, S. (2016). *Territórios do jornalismo: geografias da mídia local e regional no Brasil*. Rio de Janeiro: PUC-RIO.
- Baltar, M. A. R. et al (2008). Notícia radiofônica: apropriação de um gênero de texto na implantação de rádios escolares. *Signo*, 33(55), 96-116. Disponível em: <http://online.unisc.br/seer/index.php/signo/index>.
- Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Brinca, P. (2012). Jornalismo de proximidade e participação. Por uma dieta equilibrada de informação, contra a fast-information. In J. C. Correia (Ed.), *Jornalismo de Proximidade: limites, desafios e oportunidades* (pp. 31-35). Covilha: Labcom Books.
- Comassetto, L. R. (2007). *A voz da aldeia – o rádio local e o comportamento da informação na nova ordem global*. Florianópolis: Insular.
- Dornelles, B. (2004). *Jornalismo “comunitário” em cidades do interior*. Porto Alegre: Sagra Luzzatto.
- Duarte, J. (2006). Entrevista em profundidade. In J. Duarte & A. Barros (Eds.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas.
- Duarte, M. Y. (2006). Estudo de Caso. In J. Duarte & A. Barros (Eds.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação* (pp. 215-235). São Paulo: Atlas.

- Grudzinski, S. C. (2009). Critérios jornalísticos de noticiabilidade presentes na rotina produtiva Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Retirado de <http://bocc.ubi.pt/pag/bocc-kika-criterios.pdf>.
- Handem, P. C. et al (2004). Metodologia: interpretando autores. In N. M. A. Figueiredo (Ed.), *Método e metodologia na pesquisa científica*. São Caetano do Sul/SP: Difusora.
- Haesbaert, R. (2010). *Regional-global: dilemas da região e da regionalização na geografia contemporânea*. Rio de Janeiro. Bertrand Brasil.
- Hohfeldt, A. (2007). Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In A. Hohfeldt; L. C. Martino & V. V. França (Eds.), *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências* (pp. 187-240).. Petrópolis: Vozes.
- João, M. I. (2001). Estado, nação e região. *ARQUIPÉLAGO. História*5, 689-702. Disponível em: <https://repositorio.uac.pt/handle/10400.3/361>.
- López García, X (2004). *Desafios de la comunicación local*. Sevilla: CS Ediciones y Publicaciones.
- Ortiz, R. (1999). Um outro território. In: C. Bolaño (Ed.), *Globalização e regionalização das comunicações*. São Paulo: Educ.
- Ortrivano, G. S (1985). *A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. São Paulo: Summus.
- Pettenuci, T. C. (2009). *Processos de produção jornalística: cobertura do caso Isabella Nardoni*. Dissertação de Mestrado. Universidade de Marília, Marília, Brasil.
- Peruzzo, C. M. K. (2005). Mídia regional e local: aspectos, conceitos e tendências. *Comunicação & Sociedade*, 26(43), 67-84. Retirado de http://200.144.189.42/ojs/index.php/cs_umesp/article/viewFile/196/154
- Peruzzo, C. M. K. (2006). Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária no Brasil. *Anuário Internacional de Comunicação Lusófona*, 4, 141-169.
- Raddatz, V. L. S. (2009). *Rádio de fronteira: da cultura local ao espaço global*. Tese de doutorado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil.
- Sant'anna, F. (2008). Radiojornalismo no Brasil: um jornalismo sem jornalistas. *Líbero*, XI(22), 75-92.
- Silva, G. (2005). Para pensar critérios de noticiabilidade. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, III(1), 95-107.
- Travancas, I. (2010). Etnografia da produção jornalística – Estudos de caso da imprensa brasileira. *Brazilian Journalism Research*, 6(2), 83-102.
- Travancas, I. (2006). Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In J. Duarte & A. Barros (Eds.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas.
- Wolf, M. (2008). *Teorias da comunicação de massa*. São Paulo: Martins Fontes.
- Yin, R. K. (1991). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman.