

TV Local, sociedade civil e cidadania: O caso português

CRISTINA TEREZA SALVADOR REBELO

Investigadora do CELCC/ISMAI

cristinateres.rebelo@clix.pt

Resumo:

Objectivamos criar uma narrativa à volta da televisão de proximidade em Portugal, efectuando um estudo de caso sobre o Porto Canal. Esta investigação, concentra-se no mais expressivo canal de proximidade aparecido na região do Grande Porto, o qual resiste à incredulidade que tem acompanhado a história dos meios locais na cidade do Porto e região Norte. Assim, temos como objectivo fundamental, concretizar uma reflexão sobre a televisão inscrevendo a comunidade, activando a massa crítica e abrindo espaço à expressão da sociedade civil que afinal é a principal génese das televisões de proximidade. Há um espaço a ser "inventado", capaz de incorporar identidade e assumir-se como área de expressão da sociedade civil e da cidadania. A afectação ao Porto e a vinculação ao "português" são dois parâmetros de investimento desta investigação, sendo que, um dos objectivos é perceber a expansão geográfica do Porto Canal. Definiram-se as áreas geográficas prioritárias de aplicação, formando os seguintes estratos: Porto, Maia, V. N. Gaia, Gondomar, Matosinhos, Valongo, Guimarães, Braga e Vila Real. Devido à natureza do estudo, recorre-se a um tratamento univariado das variáveis sócio-demográficas que permitem segmentar a população dos telespectadores. O tratamento estatístico é baseado na análise de tabelas cruzadas ou de contingência, análise gráfica destas tabelas através da análise de correspondências. O posicionamento dos canais relativamente aos atributos será efectuado recorrendo a uma análise discriminante multivariada e aos mapas perceptuais resultantes. Por fim, recorre-se a uma análise de notoriedade entre canais televisivos. Desta análise, conclui-se a vocação local do Porto canal mas o ainda insuficiente reconhecimento do canal no cumprimento dos objectivos de cumplicidade com a comunidade.

Palavras-chave:

Proximidade, mediatização, identidade, cidadania, Porto canal.

Globalização: Mediatização e Sociedade Civil

Desde os anos 90, que as reflexões sobre o termo sociedade civil são frequentemente utilizadas por comentadores e activistas como uma referência às fontes de resistência sobre o domínio da vida social, as quais devem ser protegidas da globalização. Esta, é vista por alguns, como persistindo além fronteiras através de diferentes territórios, com consequências ambíguas na relação entre os movimentos regionais e subregionais e as redes e movimentações globais. Diferentemente, outros encaram a globalização como um fenómeno social agregando valores liberais clássicos, os quais, fatalmente levarão a uma acção mais expressiva por parte da sociedade civil na sua relação

com as instituições politicamente derivadas do Estado e ao emergir daquilo que Boaventura Sousa Santos,¹ após vinte anos de intensificação da globalização, classifica de “consciência do mundo”.

Na actualidade, Arato & Cohen (1994) expressa-se sobre a sociedade civil como incluindo todas as instituições e formas associativas que requerem interacção comunicativa.

Desta forma, o que proporciona a sociedade civil é a comunicação, e a sociedade civil é autónoma quando as suas actividades são governadas por normas que são retiradas do mundo da vida e reproduzidas e reformuladas através da comunicação.²

Também recentemente, Robert Putnam (1993) alega extensivamente que mesmo organizações não-políticas na sociedade civil são essenciais para a democracia. Isto porque elas edificam capital social, confiança e valores de partilha, os quais são transferidos para a alçada política, unindo a sociedade e facilitando uma cooperação dos interesses no seu seio³

É a batalha pela diferença e reconhecimento que impele estes movimentos à acção.

Este arremesso, resulta numa emergente articulação de áreas concretas de acção sobre as fórmulas organizativas em prol da cidadania e crescendo da sociedade civil, originando movimentos sociais com um forte pendor estratégico, organizativo e actuante,

Como afirmou Touraine(1998):⁴

“Se uma das consequências da globalização é que desvalorizou as identidades baseadas em papéis sociais em detrimento crescente de identidades baseadas em pertenças culturais, os media emergem mais fortes na sua ligação quase estruturante com a definição dos territórios simbólicos que permitem a formulação destes novos tipos de afirmação social”.

Os média, como referimos, revelaram-se ao longo da sua história, e embora de forma ambivalente, como um vector de transformação social; actualmente, com a evolução tecnológica e a potencialidade da interactividade estes agregam uma condição de mutabilidade das relações entre o público e o privado e de forma ainda mais interessante, como meio privilegiado, se disso houver intenção, na veiculação das ideias e reivindicações da sociedade civil através das inúmeras formas discursivas.

É desta forma, que a utilização convergente de diversas formas de comunicação - *email, blogs, chats, fóruns, rádios e televisões de proximidade, imprensa alternativa* - dá origem à proliferação de campos de discussão e informação conglutinados numa espécie de Ágora dos tempos modernos, onde se propagam as alternativas, oportunidades e denúncias convenientes aos intuítos revisitados da cidadania e da democracia, numa fórmula permeável aos interesses daqueles que nesse discurso se pretendem rever, reforçando a sociedade civil.

Na opinião de Boaventura Sousa Santos (2004):⁵

“(...) Os media desempenham duas funções básicas nas sociedades democráticas. Por um lado, uma função de vigilância em relação aos detentores de poder político, económico e social, dando a informação que torne possível o controle democrático. Por outro lado, a função de fornecer informação credível e um espectro amplo de opiniões sobre questões importantes para o desenvolvimento da cidadania. Claro que nenhum órgão de informação pode, por si só, garantir o desempenho pleno destas funções. É o conjunto deles que o pode e deve fazer.”

A esfera dos média, na óptica do seu desempenho em Portugal, tem de ser pensada.

Enquanto factor de integração social, pelas mudanças estruturais sobrevindas do processo de transformação da própria sociedade na busca da promoção de oportunidades de desempenho das plenitudes colectivas, respeito e cultivo das diferenças validando o exercício da cidadania; mas, igualmente, pela notoriedade que estes espaços de mediação e resistência que integram a sociedade

civil, transportam para a reflexão sobre a forma como os media actuam, não apenas na sua concepção de modelo de pensamento dominante mas analogamente, como um sistema de criação estrutural do espaço público proporcionando novas dinâmicas e olhares cruzados, em suma, perspectivando a mediatização da própria sociedade civil.

A resistência fechada, baseada em individualismo ou hermetismo, contraria o projecto basilar que dá força ao ideal democrático que é o centro da universalidade e igualdade onde se fundamenta a sociedade civil.

Ao considerar-se que os media têm um papel elementar na consolidação dos aspectos culturais, da ordem social e das normativas que dão corpo à vida social, não é possível demitir daqui a discussão acerca da melhor forma de aplicação destes instrumentos evitando que se criem apenas representações ou simulacros destes ideais.

A visão que acompanha esta discussão, não é de forma alguma ingénua, não rejeita a existência do confronto de poderes, e defende que a reflexibilidade e a resistência são ocorrências determinantes na construção da identidade e da cidadania.

Em resposta à emergência da intensificação da identidade e participação, esta convergência tem repercussões no discurso comunicativo regional e local com expressão marcante na esfera da sociedade civil, que cada vez mais é concebida como uma sociedade comunicativa e plural; ou pelo menos, assim o esperaríamos.

TV Local como mecanismo de “inscrição”

As televisões de proximidade já não assentam a sua definição num conceito meramente geográfico; a comunidade está inserida para além de um espaço físico, criando-se uma relação de cumplicidade e proximidade partilhada e que na essência, constitui a sua identidade.

Observa-se que o panorama mediático está sustentado, actualmente, sobre o desafio do global e o local: a comunicação local surge para contrapor alguns efeitos desta dialéctica tentando reavivar o local.

Desta forma, os meios de comunicação de proximidade podem e devem ser encarados como instrumentos de mediação na busca de metas e objectivos concernentes aos locais e comunidades, cumprindo diferentes papéis através do auxílio de uma massa crítica colectiva e participativa, sem que o elemento *mercado* promova uma sombra no evoluir da sua missão.

A condenação ao silêncio é combatida, rejeitando-se incertos argumentos que têm sustentado a falta de investimento no sector num passado ainda recente.

No que diz respeito à realidade portuguesa, desde a Comissão de Reflexão sobre o Futuro da Televisão, que a sustentabilidade destes projectos é discutida.

Sob a égide da alegação económica se atribuiu à falta de mercado publicitário e à não existência de regiões, e ainda a proximidade com os poderes locais e regionais, o não surgimento destes fenómenos, de forma expressiva, em Portugal.

Mas serão estes argumentos válidos no panorama actual da comunicação?

Um lugar onde se encontram os particularismos e as identidades singulares num mesmo espaço coexistente com o nivelamento global e onde pululam os motes de uma nova democracia oriunda da interactividade?

Parece-nos que a resposta contraria estes fundamentos e poderá basear-se nos seguintes factores:⁶

- 1- O argumento político de fundo:** o direito ao audiovisual no plano das regiões e das comunidades locais é um direito que se configura no quadro do direito à cidadania e à liberdade de acesso ao sistema dos media pela sociedade civil, em particular pelos

cidadãos do interior do país - ou das ilhas - que habitualmente não se reconhecem nos meios de comunicação de cobertura nacional.

- 2- **O argumento jurídico formal:** em abstracto, a legitimidade de existência de uma televisão local ou regional é idêntica à de uma rádio local ou regional.
- 3- **O argumento cultural:** ou seja, pela necessidade das regiões e das comunidades locais participarem de forma activa no modelo de comunicação audiovisual cada vez mais próximo das suas tradições e das suas realidades quotidianas e culturais, e cada vez necessariamente menos dependente de fluxos de informação globalizantes e/ou pan-europeus, mais afastados do modelo de comunicação que a Europa precisa para o seu projecto político, económico e cultural.

Desta forma, Cádima (2005) acredita não ser possível “passar um atestado de insanidade económica e cultural aos habitantes e ao potencial das grandes cidades e das regiões portuguesas que os afaste irremediavelmente de um projecto de TV local, emanado directamente da sua sociedade civil, ou de qualquer grupo autónomo dos seus cidadãos.”⁷

É aqui que reside a conveniência da criação de uma televisão regional e local – nenhum outro meio poderá, eventualmente, assumir-se como tão poderoso mobilizador dos espaços públicos regionais, no robustecimento da cidadania e comunhão na região/local.

Neste âmbito, tem supremacia a sua acção enquanto mediadora mas ao mesmo tempo criadora, renovadora e consolidadora da consciência e identidade.

Esta concepção, passa pela consciência nem sempre pacífica, de que uma região, um local só poderá ser competitivo se e também for portador de um sistema comunicacional integrador, que é um factor visto como fundamental ao desenvolvimento. Sendo intérprete das mesmas, fomenta e chama a si a missão de agente de desenvoltura, aproveitando as capacidades endógenas e as suas vantagens, fixando a “massa crítica”.⁸

E neste sentido questionamos:

- Como pode uma comunidade, expressar-se se não existe um meio de comunicação social que divulgue com frequência, oportunidade e relevância questões e problemas relativos ao seu espaço?

- Como pode uma comunidade evidenciar as suas emergências, as suas aspirações à afirmação e projecção, quando as instituições falham e o sistema não lhe dá voz, se não se cria um meio de comunicação social realmente capacitado em aglutinar os seus objectivos e interesses e que chegue em efectivo, a todos os cidadãos da mesma em termos de qualidade, entendimento e empatia?

Estas questões evidenciam a responsabilidade dos indivíduos, grupos, localidades e espaços motivadores pelo desejo de referências e enraizamento e também pelo interesse da expressão;

Assim, diferentes tópicos abrem um novo espaço para que a alternativa tenha lugar e tenha voz, num legítimo direito de se expressar sem a prepotência dos grandes centros.

No fundo, trata-se de criar uma narrativa local, que assuma o retrato da comunidade como protagonista e que essa característica seja perceptível ao receptor mesmo que de forma reivindicativa.

“Ante la globalización mercantil, la continua superación en el campo tecnológico y la universalización a través de las telecomunicaciones, la empresa de comunicación local no puede quedarse de brazos cruzados. La homogeneización, como amenaza, exige una respuesta

inmediata, una reivindicación de lo próximo. (...) Un medio local existe en relación con un espacio social, con el que mantiene una relación de retroalimentación mutua. El público se reconoce como identificado, se ve reflejado como si estuviese ante un espejo; esa imagen reflejada responde al deseo de protagonismo de cada uno de los usuarios.¹⁹

Ao emitir esta opinião, os autores acreditam que é um direito legítimo das comunidades a expressão da sua “personalidade” num esforço de rejeição de modelos distantes e pouco distintivos do tema local. Este direito compreenderá o resgatar dos seus interesses e fidelização às suas ideias, ocupando um espaço no terreno público dos meios nacionais e internacionais e respondendo a um âmbito de cobertura específico.

O imperativo local advém da mútua relação entre a comunidade e os seus habitantes, onde o conceito de proximidade é a garantia de renúncia frente à globalização: a sobrevivência desta proposta está articulada à ideia do próximo e à valorização do local como espaço sentido e fonte de experiência; não apenas como elemento material mas metafórico.

Resumindo, a TV local como factor de:

- Reforço da cumplicidade com o próximo num pacto de interesses recíprocos.
- Expansão e reforço de uma identidade de “resistência” num espaço global caótico e desregrado.
- Factor estruturante do espaço público de proximidade, objectivando a criação e amadurecimento de massa crítica participativa e de sentimentos de pertença (literacia da informação).
- Criação de um quadro de referências, descortinado pela identidade local que se transforma no mostruário local (ou regional) amplificando a sua visibilidade e propiciando a sua abertura ao exterior.

Porto Canal: um canal de “inscrição”?

Seguem-se os resultados obtidos da investigação sobre a segmentação e mercado do Porto Canal.¹⁰

Foi elaborado um instrumento de colecta de dados (questionário) de acordo com os propósitos do presente estudo.

A construção do questionário foi dividida em duas partes.

A primeira consistiu numa escolha dos itens sócio-demográficos relevantes para uma posterior segmentação dos inquiridos e também na escolha de uma série de itens relacionados com a imagem que o Porto Canal projecta na população.

A segunda parte, consistiu em escolher dois canais de televisão concorrentes com o Porto Canal e a definição de uma série de atributos (juntamente com a direcção do Potro Canal) que quando associados à marca, vão proporcionar a segmentação dos consumidores e desta forma produzir mapas perceptuais dos pontos fortes e fracos de cada canal televisivo (ainda em conclusão).

Análise das variáveis socio-demográficas

Variável		Número	Percentagem
Género	Feminino	229	52,6%
	Masculino	206	47,4%
Faixa etária	15 a 24 anos	174	40,1%
	25 a 44 anos	126	29,0%
	45 a 64 anos	96	22,1%
	65 ou mais anos	38	8,8%
Estado Civil	Solteiro	222	51,2%
	Casado	168	38,7%
	Divorciado	19	4,4%
	Viúvo	21	4,8%
	União de facto	3	0,7%
	Separado	1	0,2%
Situação Profissional	Estudante	145	34,3%
	Empregado	201	47,5%
	Desempregado	31	7,3%
	Reformado	46	10,9%
Área Geográfica	Porto	76	17,5%
	V.N.Gaia	82	18,9%
	Matosinhos	22	5,1%
	Maia	63	14,5%
	Gondomar	30	6,9%
	Valongo	33	7,6%
	Braga	35	8,0%
	Guimarães	34	7,8%
	Vila do Conde	12	2,8%
	Paços de Ferreira	24	5,5%
Póvoa do Varzim	24	5,50%	
Habilitações/Escolaridade	Até ao 9º ano	122	28,20%
	9º ao 12º ano	193	44,60%
	Licenciatura	94	21,70%
	Mestrado	15	3,50%
	Doutoramento	9	2,10%

Horas de televisão por dia	Média	2,7
	Desvio-padrão	1,8
	Mediana	2
	Mínimo	0,25
	Máximo	12

Análise ao mercado

Variável		Número	Porcentagem
Televisão por cabo ou satélite	Sim	372	85,3%
	Não	64	14,7%
Operador	Cabovisão	27	7,30%
	ZON TV Cabo	188	50,50%
	MEO	117	31,50%
	Clix Smart TV	7	1,90%
	TV TEL	6	1,60%
	Não sabe/responde	27	7,30%

Variável		Número	Porcentagem
Já viu o Porto Canal?	Sim	271	62,30%
	Não	164	37,70%
Com que frequência vê o Porto Canal	Não vejo	55	20,40%
	Muito pouco	127	47,20%
	Pouco	68	25,30%
	Muito	16	5,90%
	Bastante	3	1,10%
Em que horário vê o Porto Canal	Manhã (até 13h)	18	8,80%
	Tarde (13h-18h)	34	16,60%
	Noite (após as 18h)	111	54,10%
	Sem horário definido	42	20,50%

Acha o Porto Canal um retrato da RMP?	Discordo Muito	12	5,60%
	Discordo	22	10,30%
	Concordo	150	70,10%
	Concordo muito	30	14,00%
Acha que o Porto Canal transmite o estado de espírito da Região Norte?	Nada	9	4,4%
	Muito Pouco	14	6,8%
	Pouco	59	28,8%
	Muito	100	48,8%
	Bastante	23	11,2%
Acha que o Porto Canal transmite o estado de espírito do Porto?	Nada	9	4,4%
	Muito Pouco	6	2,9%
	Pouco	29	14,2%
	Muito	113	55,4%
	Bastante	47	23,0%
Revê-se nos ideais do Porto Canal?	Não	35	16,9%
	Muito Pouco	19	9,2%
	Pouco	86	41,5%
	Muito	60	29,0%
	Bastante	7	3,4%

Conclusão

Sem estes espaços de convergência que permitem incorporar interesses, valores, identidades e até anseios de afirmação, torna-se difícil a gestão do conhecimento que a própria comunidade deve ter de si. E por consequência, o desconhecimento, a falta de integração e até um certo desenraizamento condicionam o aparecimento de fragilidades gritantes:

- onde não existe questionamento, não pode haver desenvolvimento.

Neste sentido, órgãos de comunicação locais são de extrema importância; ainda mais o é a televisão que pode assumir real valor estratégico não só como veículo, mas como intermediário à sociedade civil e à comunidade.

Em suma, insurge-se em continuidade, uma reflexão que deverá ser acompanhada de um campo de interesses mais alargado, contribuindo para a operacionalidade dos projectos, os quais

estão muito facilitados pela tecnologia mas não tanto pela legislação e reivindicação suficiente da sociedade civil.

Estas televisões têm a sua viabilidade na simbiose entre a missão desenvolvimentista e a formação social e cultural de cidades e locais, fazendo um forte apelo à voz local, na medida em que procurem dar relevo à expressão da sociedade civil e aos seus problemas, promovendo uma perspectiva inovadora de reflectir activamente sobre o local, a identidade e os sentimentos de pertença.

Com uma história muito recente, o Porto Canal resiste à incredulidade e descrença que tem acompanhado a história dos meios locais na cidade do Porto.

Conclui-se que estação não tem vocação regional em efectivo para já, mas tem importância local: é reconhecida a nível da AMP pelo contacto nas ruas e pela participação popular em fóruns e debates e nas zonas supramencionadas que são Vila Nova de Gaia, Porto, Maia, Braga, Guimarães, Valongo e Gondomar.

Igualmente se registam valores significativos na Póvoa do Varzim e Paços de Ferreira. Estes dados, são relevantes para estratégia de alargamento regional pretendida pelo Porto canal e também de ilustração de tendências de fidelização local e quase georeferenciação.

A programação tem uma preocupação local e uma perspectiva também local mas falta a criação de espaços de real permuta, no que respeita à geração de opinião e massa crítica, capaz de gerar linhas de força activas em prol da consciência local.

O acto de “não inscrição” é manifesto por alguma descontextualização operada pela falta de experiência do próprio mercado das televisões locais, pouco estimulado ainda para a sua presença, por razões de sensibilização e pouco investimento permitido no sector, e igualmente do tecido social local.

Não obstante, os valores e missão do canal são subjacentes à proximidade com a vizinhança e a comunidade; não teria sentido apresentar conteúdos que não constituíssem uma mais valia para este objectivo que de facto, fundam o sentido e existência da estação, ou seja o seu “cariz genético”. Além disso, são indicadores positivos os resultados referentes à expressão local do canal.

Por outro lado, deduzimos que a oferta de programação fica comprometida na sua potencialidade, uma vez que a produção se torna mais sofrível nos géneros e nos formatos; e aqui envolvemo-nos novamente com a questão da sustentabilidade do canal.

Sustentabilidade essa que é, essencialmente, facilitada por uma organização não portuguesa e resultado de um interesse mais comercial que alia o capital ao *know-how*.

Questionamos a falta de investimento e a participação de instituições carismáticas do local e da região, que traduzem a desconfiança ainda existente em relação ao papel e missão destes meios; não há, politicamente, um efectivo empenho em aderir à movimentação participativa e democrática destas televisões, o que compromete a estabilidade das mesmas (estes dados serão objecto de um novo estudo).

Há ideias e projectos, mas faltam meios e recursos capazes de dar vida ao desafio criado pela falta de concorrência significativa; o espaço do Porto Canal não é disputado mas a oportunidade existente “melindra-se” com a obstaculização da legislação em relação à participação de instituições locais, o que provavelmente só irá alterar-se quando se voltar a falar de Regionalização no país. Atrever-nos-íamos a dizer, que este é um dos factores críticos no exercício e na vocação local do meio, embora este faça conjunto multidisciplinar com outros factores.

A presença e visibilidade do meio estão em crescimento, para que se crie a convergência e a afectividade entre o espaço e a sua gente; falta-lhe ainda, por razões óbvias, a “garra” que punge a identificação e a identidade.

Por outro lado, reiteramos não verificar-se ainda uma invocação decisiva da sociedade e das instituições de peso local em relação à estação, o que compromete a sua evolução e arremesso; cria-se um ciclo de virtualidade existencial que não é positivo para a geração de reconhecimento e sinergia entre ambas as partes da relação: canal e audiências. Outro dado de interesse é o que mede a frequência de visionamento para o Porto Canal, que anuncia este estudo.

Resultados menos positivos, para reflectir o lugar adentro das ofertas da TV Cabo. De facto, este é o resultado mais interrogativo, visto proclamar a grande dificuldade das Tvs locais ou de proximidade; neste caso, há acesso à tecnologia mas a ligação com a estação é insuficiente, isto é, cremos que a envolvimento e o vínculo que projectariam consistência à missão do Porto Canal, ainda não é sólida. De facto, como se estrutura a identificação com os ideais da estação quando associados ao local, se não se assiste os seus conteúdos?

A dedução mais evidente é o ainda insuficiente reconhecimento do canal como meio de preferenciação: o canal é conhecido mas não é visto.

Logo, o processo pedagógico de intercâmbio inerente, não cimenta: dilui-se ou esvazia-se de maior sentido.

Em relação à categorização da audiência e perfil do espectador, observamos nos dados auditados, verifica-se que o nível da escolaridade obrigatória abarca a maior percentagem: do 9º ao 12º ano apura-se um valor de 44,60% nas pessoas entrevistadas.

Em relação ao estado civil, um dado interessante que confirma as faixas mais jovens observadas e associadas ao canal.

Cremos que o projecto se encontra em construção e reconhecemos nele pontos positivos a continuar a desenvolver ou aprimorar, até no sentido da participação mobilizadora da cidadania e uso dos meios para desenvolver a literacia enquanto “capacidade de cada indivíduo compreender e usar a informação (...), de modo a atingir os seus objectivos, a desenvolver os seus próprios conhecimentos e potencialidades e a participar activamente na sociedade.”¹¹

A afectação ao Porto e a vinculação ao “português” são destacáveis no conjunto da programação vista, e isso acaba por ajudar a construir um projecto mais genuíno, “tripeiro” e dinâmico dando visibilidade aos temas associados à cidade e vizinhança. Por outro lado, a estação aposta claramente nos “directos”.

De forma reformadora, igualmente o impacto das novas tecnologias resulta muito bem tecnicamente e pensamos que nos últimos tempos, a estação aprimorou e tornou mais atraentes, alguns aspectos relativos à imagem e grafismo. No âmbito da capacidade de produção de uma televisão local, tem a seu favor custos mais reduzidos que nos projectos pensados no passado e que, inclusivamente, obstaculizaram o seu desenvolvimento.

O que se estimaria evitar, é aquilo que José Gil (2005) chama de *não inscrição* e de *sombra branca* ao referir-se aos media. A *não inscrição* que não dá sentido à existência individual e colectiva e deste modo, não a distinguindo e transformando.

“ Por um lado estão ali, o mundo agora, o seu país, a sua cidade ou a sua aldeia numa abertura virtual de imagens; por outro é apenas aquilo, com o sentido que deve ser pensado, as notícias, os comentários semanais dos comentadores, os pensamentos que confirmam o meu pensamento antes de o ter, a minha existência reduzida a uma massa pastosa que engole imagens e nunca treme realmente com o que vê ou ouve. (...) A função dos media consiste em abrir o espaço da comunicação social.

(...) A televisão portuguesa (...) é uma pura miséria, uma máquina de fabricação e sedimentação da iliteracia, (...) o que contribui para o espaço de não inscrição.”¹²

A *inscrição* é portanto, a capacidade de “produzir real”, de existir e afrontar as forças do mundo desencadeando as suas próprias forças de vida; é assim que um acto, um acontecimento, uma palavra, inscreve.

Bibliografia

- Cádima, F. R. (1999). *Os desafios dos novos media*, Porto: Noticias Editorial.
- _____ (2009). *Os media regionais face à TV local*.
<http://irrealtv.blogspot.com/2005/05/os-media-regionais-face-tv-local.html>
- Coelho, P. (2005). *TV de proximidade e os novos desafios do espaço público*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Correia, J. (2001). *Comunicação e Cidadania: os media e as dinâmicas nas sociedades pluralistas*. Tese de Doutoramento: UBI.
- Fortuna, C. (1991). Nem Cila Nem Caribdis: Somos todos translocais. *Revista Critica de Ciências Sociais*. Coimbra. 32: 267-279.
- Gil, J. (2005). *Portugal Hoje : O medo de existir*. Lisboa: Relógio d`água.
- Grasa, R. (2007). Sociedad civil y Estado en la Globalización. *Revista Metapolítica*, nº 56. Nov-Dez. . Fundación Dialnet. La Rioja: Centro de Estudios de Política Comparada.
- Halls, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*., London: Sage Publications.
- Kekeli, N. (2006). Globalization and Localization in Ghana Television. Conference Papers. International Communication Association. Dresden: International Congress Centre. Annual Meeting.
- López, X.; Galindo, F. , Villar, M. (1998). *El valor social de la información de proximidad*. <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/68xose.htmf>>
- Mattelart, A. (1994). *Los nuevos escenarios de la comunicación internacional*. Generalitat de Catalunya. Barcelona: Centre de d`investigació de la comunicació.
- Putnam, R. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*.USA: Princeton University Press.
- Rebelo, C. (2001). *TV regional de Região Norte: uma contextualização à proximidade regional*. Tese de mestrado: Publismai.
- Santos, B. S. (2003). A emergência do Mundo, *Revista Visão*, 27 de Nov.
- _____ (2004). Media e Democracia, *Revista Visão*, 25 Nov.
- Thornton, W. H. (2000). Mapping the “glocal” village: the political limits of glocalization. Austrália. *Journal of Media and Cultural Studies*. 14:79-89.
- Wolton, D. (1999). *Pensar a Comunicação*. Lisboa: Difel.

Fontes

- Bareme Imprensa regional (2007). Marktest. <<http://www.marktest.com/wap/a/n/id~10a9.aspx>>
- Bareme Imprensa regional (2006) Marktest. <<http://www.marktest.com/wap/a/n/id~9ee.aspx>>
- Mediamonitor, Marktest: (2009).
<http://pdf.clipping.mediamonitor.pt/pdfTemp/etn_4478641_527_0.pdf>
- Marktest. (2010). <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~152d.aspx>

Notas finais

- ¹ Santos, B. S. (2003). *A emergência do Mundo*, Revista Visão, 27 de Novembro.
- ² *O conceito de sociedade civil*,
http://www2.dbd.puc-rio.br/pergamum/tesesabertas/0310315_05_cap_04.pdf (18/10/08)
- ³ Putnam, R. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions In Modern Italy*. USA. Princeton.
- ⁴ Apud Correia, J. (2001) *Comunicação e Cidadania: os media e as dinâmicas nas sociedades pluralistas*. p.258
- ⁵ Santos, B. S. (2004). *Media e Democracia*. Revista Visão, 25 Novembro.
- ⁶ Cádima, F.R. (2005). *Os media regionais face à TV local*.
<http://irrealtv.blogspot.com/2005/05/os-media-regionais-face-tv-local.html> . (14/01/09)
- ⁷ Id. Ibid.
- ⁸ Rebelo, C. (2001). *Televisão regional e Região Norte: uma contextualização à proximidade regional*, p. 144-145
- ⁹ Lopez, X. Galindo, F. , Villar, M. (1998). *El valor social de la información de proximidad*.
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/68xose.htm>> (23/01/09)
- ¹⁰ Os dados obtidos resultam da colaboração do Gabinete de Estudos e Planeamento do ISMAI na pessoa do Doutor Amadeu Sousa Fernandes.
- ¹¹ Em linha: http://literaciadainformacao.web.simplesnet.pt/Literacia_da_informacao.htm (27-2-11)
- ¹² Gil, J. (2005) *Portugal, hoje o medo de existir*, Relógio d' água. p. 35