

Os diários portuenses e a evolução do modelo ideológico para os projectos de imprensa industrial

Palavras-chave: diários portuenses, memória da cidade, conteúdos, públicos-alvo

A história de *O Comércio do Porto*, *Primeiro de Janeiro* e *Jornal de Notícias* constitui-se com parte do património e memória do Porto. Os seus processos de implantação traduzem também o ambiente da cidade, as suas características e debilidades. A forma como evoluíram e as estruturas que lhes foram subjacentes espelham um contexto específico, em que os factores extrínsecos determinados pela malha urbana assumiram um papel determinante. Não significa isto que a imprensa portuense não deixava de se integrar dentro de parâmetros da actividade publicista nacional.

Os jornais nacionais estavam ligados a linhas propagandísticas e a sua criação e fecho faziam-se muitas vezes ao sabor das alianças ou cisões políticas. Assim, as áreas de difusão eram circunscritas, limitadas aos que se identificavam com as correntes de pensamento expressas. Este panorama alterou-se gradualmente. A maior inclusão da publicidade, a diversidade temática e o progressivo abandono da patine ideológica transformaram os diários portuenses em produtos mais abrangentes, que através de conteúdos cada vez mais marcados pela factualidade e actualidade permitiram uma conquista muito mais ampla de leitores.

Este processo de transformação é constatável pelo estudo dos formatos dos três diários portuenses entre finais do século XIX e inícios do período seguinte. Aqui, procura-se estabelecer um retrato das temáticas neles tratadas, para de alguma forma entender os mecanismos de identificação com os leitores que constituíram o seu público-alvo, na medida em que elas revelam de forma clara o pulsar da cidade e das suas gentes.