



Inês Maria Godinho Nepomuceno

# AS POTENCIALIDADES E OS ENTRAVES AO JORNALISMO *ONLINE* NO DIÁRIO DE NOTÍCIAS

Relatório de Estágio do 2º Ciclo em Jornalismo e Comunicação, orientado pelo professor doutor Sílvio Correia Santos, apresentado ao Departamento de Filosofia, Comunicação e Informação da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

2017/2018



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Faculdade de Letras

# AS POTENCIALIDADES E OS ENTRAVES AO JORNALISMO *ONLINE* NO DIÁRIO DE NOTÍCIAS

## Ficha Técnica:

<b>Tipo de trabalho</b>	<b>Relatório de estágio</b>
<b>Título</b>	<b>As potencialidades e os entraves ao jornalismo <i>online</i> no Diário de Notícias</b>
<b>Autora</b>	<b>Inês Maria Godinho Nepomuceno</b>
<b>Orientador</b>	<b>Doutor Sílvio Correia Santos</b>
<b>Júri</b>	<b>Presidente: Doutor João José Figueira da Silva</b>
	<b>Vogais:</b>
	<b>1. Doutora Maria Clara Taborda de Almeida Santos</b>
	<b>2. Doutor Sílvio Manuel Rodrigues Correia dos Santos</b>
<b>Identificação do Curso</b>	<b>2º Ciclo em Jornalismo e Comunicação</b>
<b>Área científica</b>	<b>Jornalismo</b>
<b>Especialidade/Ramo</b>	<b>Profissional</b>
<b>Data da defesa</b>	<b>16/07/2018</b>
<b>Classificação</b>	<b>15 valores</b>



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

*Ao meu orientador Sílvia Santos, pela disponibilidade e pela crítica*  
*A todos os meus professores, por me encorajarem a pensar por mim*  
*Aos meus pais, por todo o carinho e por me terem ensinado a nunca desistir*  
*Aos meus gatos, pela “ronroterapia” e às minhas cadelas, pela felicidade constante*  
*À minha irmã, por todos os conselhos e risota*  
*Aos meus amigos, pelas sessões de relaxamento*  
*À Helena Yamaguchi e à Catarina Fernandes, pela ajuda incansável e por partilharem do*  
*mesmo sofrimento*  
*À Isabel Vermelho, pelo empréstimo de bibliografia*

## RESUMO

A expansão do jornalismo para a Internet criou novos caminhos para a produção noticiosa, mas alterou também a forma como a profissão é encarada pelos leitores e os próprios jornalistas. A criação de textos noticiosos no cibermeio permitiu a convergência dos diversos formatos dos média tradicionais (som, texto e imagem) e a disseminação da informação, podendo esta chegar a uma maior audiência. No entanto, motivou igualmente uma pressão temporal num meio de comunicação vincadamente marcado pelo imediatismo. Para além disso, ajudou, juntamente com as redes sociais, à propagação de *fake news*, que tornam difícil a distinção entre o que é uma notícia e o que é mera suposição ou rumor. Este relatório propõe uma reflexão sobre esta temática, motivada pelo estágio realizado no Diário de Notícias. Os três meses no jornal permitiram a aquisição de experiência na área do jornalismo, nomeadamente na secção *online*, na forma sucinta e verosímil da escrita de textos noticiosos. O estágio forneceu também as ferramentas básicas para a publicação de artigos no *site* do Diário de Notícias e contribuiu para uma maior seleção de informação credível. Todo o trabalho foi realizado em cooperação com os ciberjornalistas do jornal, que se mostraram disponíveis para orientar e aconselhar.

**Palavras-chave:** internet, ciberjornalismo, Diário de Notícias, redes sociais, imediatismo

## **ABSTRACT**

The emergence of journalism on the Internet has created new forms of writing articles but also changed the way this profession is seen by its readers and journalists themselves. The creation of news in the cyberspace has allowed the convergence of the different types of traditional media (sound, text and image) and the spread of information making it possible to get to a bigger audience. However, it also created pressure to speed things up due to internet's immediacy character. Despite that it also helped - along with social networks - spreading fake news which makes it hard to distinguish between news and rumour. This report reflects about this theme motivated by the internship in Diário de Notícias. The time spent at the newspaper made it possible to gain experience in journalism, more specifically online journalism, by writing credible texts. It also gave the necessary tools to publish articles on the website and contributed to a better selection of information. All the work was done in collaboration with the cyberjournalists of the journal who were mostly available to guide and counsel.

**Keywords:** internet, cyberjournalism, Diário de Notícias, social networks, immediacy

# Índice

INTRODUÇÃO .....	1
Parte I .....	4
1. Breve contextualização histórica do Diário de Notícias .....	4
2. A secção <i>online</i> do Diário de Notícias .....	10
2.1. As agências noticiosas .....	10
2.1.1 A agência Lusa .....	10
2.1.2. A agência Reuters.....	10
2.2. Os programas de trabalho.....	11
2.2.1. Back Office.....	11
2.2.2. Media Vault .....	19
3. O Estágio.....	24
3.1. Trabalhos realizados.....	25
3.2. Trabalhos propostos.....	28
3.2.1. Entrevista ao humorista Pedro Teixeira da Mota .....	28
3.2.2. Peça sobre as acessibilidades no metro de Lisboa para pessoas com mobilidade reduzida .....	31
3.3. Dificuldades ao longo do estágio .....	33
3.4. Apreciação do trabalho .....	36
Parte II .....	39
4. Os primeiros anos do ciberjornalismo em Portugal.....	39
5. As potencialidades do ciberjornalismo .....	42
5.1. Hipertextualidade.....	43
5.2. Multimedialidade .....	44
5.3. Interatividade .....	45
5.4. Simultaneidade ou Instantaneidade .....	46
5.5. Memória.....	49
5.6. Ubiquidade .....	49
5.7. Personalização.....	50
6. Vantagens e desvantagens do jornalismo <i>online</i> .....	51
6.1. O papel das redes sociais .....	53
6.2. <i>Fake news</i> .....	56
6.3. <i>Clickbait</i> .....	62

6.4. A instantaneidade e um “jornalismo de secretária” .....	65
7. A globalização e os entraves ao jornalismo <i>online</i> .....	68
CONCLUSÃO .....	70
FONTES CONSULTADAS.....	72
ANEXOS .....	75

## Índice de Imagens

Figura 1: Caricatura de Eduardo Coelho, por Rafael Bordalo Pinheiro (1846-1905), (Wikipedia, 2018)	7
Figura 2: Exemplo de uma manchete no <i>site</i> do Diário de Notícias .....	11
Figura 3: Exemplo da grelha dos destaques no <i>site</i> do Diário de Notícias .....	12
Figura 4: Exemplo da segunda grelha na <i>homepage</i> do Diário de Notícias.....	12
Figura 5: Grelha das Últimas no <i>site</i> do Diário de Notícias .....	13
Figura 6: A secção Ciência no <i>site</i> do Diário de Notícias.....	14
Figura 7: Exemplo de um artigo com o autor DN/Lusa .....	15
Figura 8: Motor de busca na página inicial do <i>site</i> do Diário de Notícias .....	15
Figura 9: Resultados da pesquisa da palavra “votação” no <i>site</i> do Diário de Notícias .....	16
Figura 10: Exemplo de <i>tags</i> num artigo no <i>site</i> do Diário de Notícias .....	17
Figura 11: Exemplo de um <i>tag</i> 0 .....	17
Figura 12: Exemplo de artigos relacionados num artigo no <i>site</i> do Diário de Notícias .....	18
Figura 13: Exemplo de uma imagem num artigo no <i>site</i> do Diário de Notícias.....	19
Figura 14: Imagem da página inicial do programa Media Vault .....	20
Figura 15: Resultado de pesquisa de “Marcelo Rebelo de Sousa” no programa Media Vault.....	20
Figura 16: Exemplo de uma galeria de fotografias num artigo no <i>site</i> do Diário de Notícias.....	21
Figura 17: Exemplo de uma imagem representativa de um conceito num artigo no <i>site</i> do Diário de Notícias.....	22
Figura 18: Passos necessários para publicar um <i>take</i> da Lusa no <i>site</i> do Diário de Notícias.....	22
Figura 19: Processo de escrita e publicação de um artigo no <i>site</i> do Diário de Notícias.....	23
Figura 20: Artigos realizados ao longo do estágio .....	25
Figura 21: Exemplo do mais popular no <i>site</i> do Diário de Notícias.....	26
Figura 22: Gráfico de tarefas ao longo do estágio .....	28
Figura 23: Hiperligações na entrevista ao humorista Pedro Teixeira da Mota.....	29
Figura 24: Vídeos inseridos no artigo da entrevista ao humorista Pedro Teixeira da Mota.....	30
Figura 25: Caixa de comentários e partilhas da entrevista ao humorista Pedro Teixeira da Mota.....	30
Figura 26: Exemplo de hipertextualidade retirado do artigo “O frigorífico do planeta está com a porta aberta” no <i>site</i> do Diário de Notícias .....	43
Figura 27: Página do relatório anual de 2017 do <i>site</i> da Administração Oceânica e Atmosférica Nacional dos Estados Unidos da América (NOAA).....	44
Figura 28: Artigo sobre o Ártico no <i>site</i> do jornal britânico The Guardian .....	44
Figura 29: Fotogalerias no <i>site</i> do Diário de Notícias.....	44
Figura 30: Os vídeos no <i>site</i> do Diário de Notícias .....	45
Figura 31: Comentários extraídos do artigo intitulado “Jovem declara-se ao namorado nas redes sociais depois de o matar: “Amo-te para sempre”” .....	46
Figura 32: Exemplo de um “em direto” e “última hora” no <i>site</i> do Diário de Notícias .....	47
Figura 33: Exemplo de uma notícia acompanhada ao minuto .....	47
Figura 34: Exemplo de uma notícia de “última hora” .....	48
Figura 35: Publicação do Facebook da escola australiana no artigo no <i>site</i> do Diário de Notícias .....	54
Figura 36: Publicação do Twitter no artigo no <i>site</i> do Diário de Notícias .....	55
Figura 37: Exemplo de uma publicação da página do Facebook “Os Truques da Imprensa Portuguesa” .....	63

Figura 38: Exemplo de uma publicação de uma campanha anti- <i>clickbait</i> (RTP, 2017) .....	64
Figura 39: Exemplo de uma publicação na página do Facebook <i>Anti Clickbait Portugal</i> (Anti Clickbait Portugal via Facebook, 2018) .....	64
Figura 40: Capa da primeira edição em papel do Diário de Notícias a 29 de dezembro de 1864 (Restos de Coleção, 2015), à esquerda, e a capa do dia 15 de novembro de 2017, à direita (digitalizada)....	76
Figura 41: Capa da edição especial em papel dos 153 anos do Diário de Notícias (digitalizada) .....	76

## INTRODUÇÃO

A expansão do jornalismo para a Internet trouxe novas preocupações no que diz respeito aos valores éticos e deontológicos da profissão, aos jornalistas e à forma como os leitores encaram as notícias. Em Portugal, o jornalismo *online* foi implementado em 1995 e os anos seguintes foram períodos conturbados e de adaptação ao novo meio de comunicação. Após uma época de expansão (1999-2000), seguiu-se uma fase de depressão seguida de estagnação entre 2001 e 2007 (Bastos, 2010). Nos primórdios, o ciberjornalismo baseava-se somente na transferência dos artigos do papel para o digital, o chamado *shovelware* (Bastos, 2010). No caso do “despejo direto na Web” das rádios, estas transmitiam o sinal hertziano e as televisões os seus telejornais. Durante a fase de expansão, começaram a surgir algumas inovações no ciberjornalismo, com a escrita de artigos direcionados para o *online* e de *sites* mais interativos.

Atualmente, os órgãos de comunicação social portugueses mostram um grande avanço relativamente ao que era o ciberjornalismo há vinte e três anos. Nota-se um maior aproveitamento das potencialidades da Internet no jornalismo, ainda que não na sua totalidade. Estas potencialidades, definidas por vários autores, como Bastos (2010), Zamith (2011) e Bardoel e Deuze (2001) são a hipertextualidade, a multimedialidade, a interatividade, a instantaneidade/simultaneidade, a memória, a ubiquidade e a personalização. No entanto, nem todas beneficiam o jornalismo. Algumas, pelo contrário, limitam-no. O imediatismo causado pela constante atualização de conteúdos na Internet trouxe desvantagens ao jornalismo *online* que resultam em erros nas notícias, falta de tempo para investigação e na escrita de textos superficiais.

As redes sociais exercem cada vez mais um papel preponderante na disseminação de informação e têm sido uma aposta dos órgãos de comunicação social, que publicam os seus conteúdos jornalísticos nas diversas plataformas. Muitas pessoas recorrem ao Facebook e ao Twitter para lerem as notícias, mas nem sempre a informação encontrada é fiável. As *fake news* são a face mais visível disso. E as consequências podem ser alarmantes. A forma como são escritas, o tom sensacionalista e os títulos apelativos e que muitas vezes não acrescentam nada a uma história (o chamado *clickbait*) contribuem para que uma notícia falsa seja facilmente confundida com uma factual.

O trimestre como estagiária no jornal diário de referência Diário de Notícias - o terceiro diário generalista a colocar a sua edição diária na Internet – no âmbito do Mestrado em Jornalismo e Comunicação na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra serviu para explorar as características do jornalismo *online* e para perceber o seu impacto nos valores jornalísticos e na disseminação da informação.

O relatório está dividido em duas partes: a primeira focar-se-á no estágio na secção *online* do jornal e a segunda fará uma reflexão sobre as vantagens e desvantagens do ciberjornalismo, motivada pelo estágio. No primeiro capítulo da primeira parte deste trabalho será feita uma breve contextualização histórica da instituição de acolhimento, desde os primórdios até aos dias de hoje, mencionando o fundador do Diário de Notícias, o objetivo principal do jornal, as várias localizações onde esteve sediado e os diversos diretores.

O capítulo 2 focar-se-á no funcionamento da secção *online* do Diário de Notícias e no processo de escrita de notícias. Será feita uma descrição do *site*, das agências noticiosas em colaboração com o jornal (Lusa e Reuters) e dos programas de trabalho utilizados para a publicação de artigos no online: o Back Office e o Media Vault.

O capítulo 3 abordará o estágio, desde a escolha da instituição de acolhimento até ao final dos três meses. Nesta parte explicar-se-á todo o trabalho desenvolvido, desde as edições de artigos da Lusa, a escrita de notícias e a pesquisa de informação até às peças propostas: uma entrevista ao humorista Pedro Teixeira da Mota e uma reportagem sobre as acessibilidades no metro de Lisboa para pessoas com mobilidade reduzida. Este capítulo irá igualmente refletir sobre as dificuldades ao longo do estágio e fará um levantamento dos pontos positivos e negativos durante os três meses no jornal Diário de Notícias.

No quarto capítulo, em que se inicia a segunda parte deste relatório, será feita uma síntese dos primeiros anos de ciberjornalismo em Portugal, com maior foco no Diário de Notícias, mencionando as três fases definidas por Bastos (2010): implementação, expansão e depressão seguida de estagnação.

O capítulo 5 fará uma descrição das características do jornalismo *online*: a hipertextualidade, a multimedialidade, a interatividade, a simultaneidade ou instantaneidade, a memória, a ubiquidade e a personalização.

No sexto capítulo refletir-se-á sobre as vantagens e desvantagens do ciberjornalismo, tendo em conta as características mencionadas no capítulo anterior e o papel das redes sociais na profissão. Ainda em relação às desvantagens, dar-se-á um maior foco às *fake news*, ao *clickbait* e à instantaneidade aliada a um “jornalismo de secretária”.

Finalmente, o sétimo e último capítulo deste relatório fará uma reflexão sobre a importância de saber outras línguas no jornalismo *online* e a dependência dos jornais relativamente às agências noticiosas, associando estes entraves ao fenómeno da globalização.

## Parte I

A primeira parte deste relatório incidirá sobre o estágio. Em primeiro lugar, será feita uma breve contextualização histórica de um dos mais antigos jornais de Portugal, o Diário de Notícias, onde o estágio decorreu. O foco deste trabalho será o jornalismo *online*, uma vez que os três meses no jornal foram passados a escrever notícias para a secção *online*. De seguida, será feita uma descrição do *site* do jornal e dos programas de trabalho utilizados para a sua gestão. Seguir-se-á uma explicação detalhada do estágio, incluindo os trabalhos realizados, os trabalhos propostos e as dificuldades ao longo do trabalho. Finalmente, será feita uma apreciação do estágio no Diário de Notícias.

### 1. Breve contextualização histórica do Diário de Notícias

O primeiro capítulo servirá de base para conhecer melhor a instituição de acolhimento do estágio, o Diário de Notícias. Será feita uma contextualização histórica desde o nascimento do jornal há cento e cinquenta e três anos e do seu fundador até aos dias de hoje. Este capítulo irá ajudar a perceber o papel que um dos mais antigos jornais portugueses teve na sua época e como se foi desenvolvendo, por onde passou a sua sede, quem o direcionou e quais as suas doutrinas.

A 29 de dezembro de 1864 nasce o Diário de Notícias, um jornal diário de referência e um dos mais antigos de Portugal. Fundado pelo jornalista e empresário Eduardo Coelho e tendo como sócio Tomás Quintino, empresário de tipografia, o Diário de Notícias surgiu como fruto da Revolução Industrial em Portugal.

Apesar da Revolução Liberal, em 1820, ter sido propícia à criação de diversos jornais políticos “de partido” que se afirmavam como espaço público, em 1840 o jornalismo sofreu um retrocesso. Em novembro de 1837, uma nova lei foi promulgada no país, que restringia o exercício da liberdade de imprensa, e em 1842 a Carta Constitucional era reposta (depois de ter sido substituída pela Constituição de 1822). No entanto, com base na industrialização, a regularização da situação política, a partir de 1851, possibilitou a prosperidade da imprensa, numa época de paz social e crescimento económico (Sousa, 2011).

O Diário de Notícias foi, assim, pioneiro de um novo cenário jornalístico já existente noutros países que entendia a imprensa popular noticiosa como sendo politicamente independente, barata e difusa. Segundo Sousa (2011), este novo modelo jornalístico já não tinha apenas como público-alvo um grupo de intelectuais, cuja matéria de interesse se focava maioritariamente na economia e política do país, com uma linguagem rica e um custo acentuado de compra.

Começaram, então, a reaparecer [1864-1865] em Portugal jornais populares noticiosos, direccionados para toda a sociedade, com meios técnicos e financeiros que propiciavam grandes tiragens (à escala do Portugal de então), baixo preço por exemplar (custos sustentados pela publicidade), linguagem clara e acessível, que normalmente não discutiam nem polemizavam, que não seguiam qualquer linha política definida, antes procuravam, principalmente, relatar factos importantes ou simplesmente interessantes, com a verdade e a objetividade possíveis (Sousa, 2011, p. 60).

Eduardo Coelho inspirou-se em dois jornais particulares como modelo para o Diário de Notícias: o *Le Petit Journal*, fundado por Moise Polydore Millaud, em França, em 1863, e o jornal noticioso conservador *La Correspondencia de España*, fundado em 1859.

Na sua primeira edição em papel, o Diário de Notícias deixou bem clara a sua intenção como jornal industrial e como diário popular:

A publicação que hoje empreendemos, convencidos da sua necessidade e utilidade, visa um unico fim – interessar a todas as classes, ser acessível a todas as bolsas, e comprehensível a todas as intelligencias. O Diario de Noticias – o seu título o está dizendo – será uma compilação cuidadosa de todas as noticias do dia, de todos os paizes, e de todas as especialidades, um noticiario universal. Em estylo fácil, e com a maior concisão informará o leitor de todas as occorencias interessantes, assim de Portugal como das demais

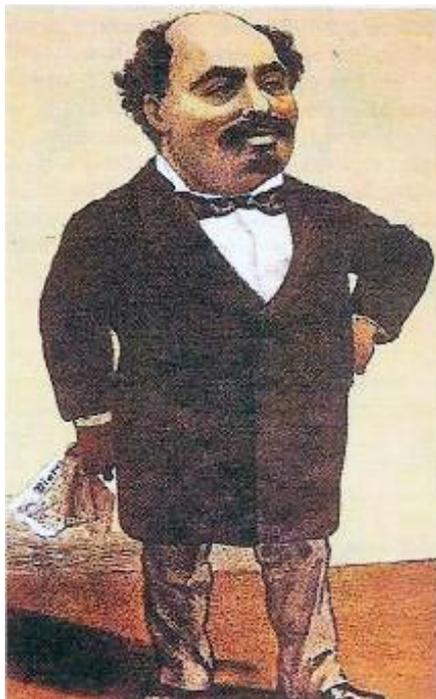
nações, reproduzindo á ultima hora todas as novidades politicas, scientificas, artisticas, literarias, commerciaes, industriaes, agricolas, criminaes e estatisticas, etc.<sup>1</sup>

Os números comprovam o grande êxito do jornal que, cinco anos depois da sua fundação, já tirava 17 mil exemplares, comparados com os cinco mil iniciais, que representavam cerca de um terço dos 50 mil exemplares de jornais diários em Lisboa (Cunha, 1891, pp.57-58). O mesmo autor – genro de Eduardo Coelho que reconstruiu o percurso de vida do fundador do Diário de Notícias através de memórias escritas pelo próprio -, refere que, em 1885, o número de exemplares subiu para 26 mil exemplares diários. Com este crescimento, aumentaram também o conteúdo e os anúncios.

Eduardo Coelho foi quem, em Portugal, primeiro e mais perspicazmente do que qualquer outro, previu o largo futuro de uma empresa de índole inteiramente nova entre nós, como seria a de um jornal noticioso, genuinamente imparcial e independente, cujo preço estivesse ao alcance de todas as bolsas e cujo programa e cujos processos se assemelhassem aos de alguns periódicos estrangeiros de sua particular predilecção (Cunha, 1891, p. 53).

---

<sup>1</sup> Artigo do Diário de Notícias – 29 de dezembro de 2014



**Figura 1:** Caricatura de Eduardo Coelho, por Rafael Bordalo Pinheiro (1846-1905), (Wikipedia, 2018)

Foi na Rua dos Calafates, atual Rua do Diário de Notícias, no Bairro Alto, que, durante os primeiros setenta e seis anos, a sede do jornal se localizou (Ferreira, 2016). Por lá passaram alguns nomes célebres, como Eça de Queirós e António Ferro, que ajudaram a enriquecê-lo. Eça de Queirós, por várias peças, como a reportagem que fez, em 1869, sobre a inauguração do Canal De Suez e António Ferro pela breve entrevista a Adolf Hitler, em 1930, entre outras. Após a morte de Eduardo Coelho, Alfredo da Cunha assumiu o cargo de diretor do jornal, dando início a uma nova fase, que contava com a colaboração de artistas plásticos. Estes comentavam figuras e acontecimentos da atualidade (Infopédia, s/d).

Os setenta e seis anos que se seguiram foram, até 2016, passados na Avenida da Liberdade (Ferreira, 2016). O edifício 266 foi inaugurado pelo diretor da altura, Augusto de Castro, que sucedeu Alfredo da Cunha, ainda que tenha sido substituído por Eduardo Schwalbach durante quinze anos. A obra, conseguida pelo arquiteto Pardal Monteiro e decorada com frescos de Almada Negreiros, ganhou o Prémio Valmor no seu ano de fundação, em 1940.

Apesar dos esforços do jornal por manter um papel neutro, o Diário de Notícias passou por diversos episódios de conturbações políticas, desde greves a um conflito. Segundo Lemos

(2014), o maior conflito data de 1924, “entre a redação e a administração do jornal (então já propriedade da Companhia Industrial Portugal e Colónias, a Moagem)”, e durou por volta de um mês. O jornal foi suspenso após ter expressado apoio “à revolta republicana de Fevereiro de 1927 contra a Ditadura Militar” (Lemos, 2014).

Ainda no edifício na Avenida da Liberdade, a direção do Diário de Notícias sofreu diversas alterações: entre 1971 e 1974 foi dirigido por Fernando Fragoso, o último diretor antes do 25 de abril, seguindo-se-lhe em 1974 José Ribeiro dos Santos, em 1975 Luís de Barros – com José Saramago como diretor-adjunto – ainda em 1975 Vítor Cunha Rego, João Gomes (1976), Mário Mesquita (que foi diretor-adjunto de 1976 a 1978 e diretor de 1978 a 1986), Dinis de Abreu (1986 a 1992), Mário Bettencourt Resendes (diretor-adjunto de 1986 a 1992 e diretor desse ano até 2004), Fernando Lima (2003-2004), Miguel Coutinho (2004-2005), António José Teixeira (2005-2007), João Marcelino (2007-2014), André Macedo (2014-2016) e, mais recentemente, Paulo Baldaia (2016-2018) (Infopédia, s/d).

Após o 25 de abril, o jornal foi nacionalizado, reprivatizando-se em 1991 sob o governo de Cavaco Silva. Nessa altura, o Diário de Notícias pertencia à Empresa Pública Notícias Capital, que acabou por ser comprado pela Lusomundo Serviços. Em 2005, a Lusomundo Serviços foi vendida ao grupo de média Controlinveste, de Joaquim Oliveira, e a Portugal Telecom. Atualmente, e desde 2014, o grupo alterou o nome para Global Media Group. Para além do Diário de Notícias, fazem parte da mesma *holding* a rádio TSF, o Jornal de Notícias, o desportivo O Jogo, o Dinheiro Vivo, as revistas Volta ao Mundo, Men’s Health, Notícias Magazine e Evasões. No sector fotográfico faz parte a Global Imagens.

A 21 de novembro de 2016, o Diário de Notícias mudou-se para a sua casa atual. No quinto piso do Edifício E das Torres de Lisboa junta-se, assim, ao suplemento de economia Dinheiro Vivo. Nos outros andares do mesmo edifício encontram-se a TSF, a Notícias Magazine, a Evasões, a Volta ao Mundo, Delas e as delegações em Lisboa do Jornal de Notícias e de O Jogo (Ferreira, 2016).

Em março de 2018, coube a José Ferreira Fernandes, redator principal do jornal, assumir o cargo de diretor do Diário de Notícias.

Cento e cinquenta e três anos depois, diferem os membros da direção e redação, mas mantém-se a função do Diário de Notícias como jornal generalista e abrangente, empenhado em permanecer tão moderno como na sua fundação. No *site* do Global Media Group estão descritas as linhas orientadoras pelas quais o Diário de Notícias se rege: credibilidade, “uma assinatura secular, uma marca gravada no tempo mas atenta ao futuro”, isenção, “o DN mantém-se alheio a quaisquer interferências (...) que possam perigar o conteúdo fidedigno das suas publicações”, qualidade, “...garante, desde a sua fundação, um serviço público de excelência” e rigor, “assente no jornalismo criterioso, cuidado, realista e verdadeiro, procura cimentar informação com base na investigação jornalística fidedigna e no relato de histórias vivas do mundo em que vivemos” (Global Media Group, 2016)<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Informação disponível no *site* do Global Media Group em <http://www.globalmediagroup.pt/marcas/media/jornais/diario-de-noticias/>, consultada no dia 12/06/2018.

## 2. A secção *online* do Diário de Notícias

No capítulo 2 deste relatório será feita uma descrição da secção *online* do Diário de Notícias, com uma breve descrição de duas agências noticiosas indispensáveis no dia-a-dia dos ciberjornalistas do jornal: a agência Lusa e a agência Reuters. Passar-se-á, seguidamente, a explicar as duas ferramentas de trabalho existentes na redação: o Back Office e o Media Vault. À medida que forem expostos os passos necessários para publicar um artigo no *site* do jornal, serão também mencionadas as ferramentas usadas pelo jornal, de forma a aplicar as potencialidades da Internet no ciberjornalismo, como os *tags*, os relacionados, as imagens, os vídeos e as hiperligações.

### 2.1. As agências noticiosas

Antes de explicar o funcionamento da secção *online* do Diário de Notícias, é preciso apresentar as duas agências que o jornal usa diariamente: a Lusa e a Reuters.

#### 2.1.1 A agência Lusa

A Lusa é a maior agência de notícias de língua portuguesa no mundo, com sede em Lisboa. É “o principal fornecedor de notícias para os *media* portugueses”, com “uma média de 500 notícias escritas por dia” (Lusa, 2017)<sup>3</sup>.

#### 2.1.2. A agência Reuters

A Reuters é uma agência noticiosa britânica, com sede em Londres, no Reino Unido e é a maior agência internacional de notícias a nível mundial. A Reuters conta com dois mil e quinhentos jornalistas, seiscentos fotojornalistas e duzentas localizações mundiais. Para além disso, produz mais de dois milhões de artigos, mais de um milhão de notícias de última hora e mais de cem reportagens por ano. Por dia, produzem até duzentas histórias em vídeo e mais de mil e seiscentas imagens (Reuters, s/d)<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> Informação disponível no *site* da Lusa em <https://www.lusa.pt/about-lusa/Identifica%C3%A7%C3%A3o-da-Empresa>, consultada no dia 12 de abril de 2018.

<sup>4</sup> Informação disponível no *site* da Reuters em <https://agency.reuters.com/pt-br.html>, consultada no dia 7 de junho de 2018.

## 2.2. Os programas de trabalho

### 2.2.1. Back Office

O Diário de Notícias utiliza dois programas para publicar no *site*: o Back Office e o Media Vault, ou DAM. O primeiro funciona como os “bastidores” da *webpage* do Diário de Notícias e serve para editar e publicar os artigos, sejam eles escritos de raiz, ou enviados pela agência Lusa. É no Back Office que se fazem as galerias e se dividem as notícias por secções. As secções são Portugal, Desporto, Mundo, Dinheiro, Sociedade, Artes, Pessoas, Media e Opinião. Na *homepage*, as notícias estão também divididas: a primeira a aparecer é a manchete. Na maioria das vezes pertence à secção de Portugal ou do Mundo.



Figura 2: Exemplo de uma manchete no *site* do Diário de Notícias

Segue-se a primeira grelha, ou grelha dos destaques (conjunto de notícias com maior destaque) a segunda grelha ou grelha com outros destaques (notícias com menor destaque), a grelha das últimas (disposta no lado direito da página e que exhibe o conjunto de notícias mais recentes) e as restantes divididas pelas secções e pelos suplementos do Global Media Goup (grelha de Portugal, grelha do Mundo, grelha de Desporto, grelha de Opinião, grelha das Artes, Galerias e Vídeos, grelha V Digital, grelha da Ciência, grelha do Dinheiro, grelha de Media, grelha de Pessoas, grelha Motor 24, grelha da Evasões, grelha da Notícias Magazine, grelha de Delas, grelha da Women's Health, grelha da Men's Health, grelha da N-TV, grelha de Especiais DN, grelha Pela América do Tio Silva). Depois das várias secções aparece a grelha Imagens do dia e no final da página a grelha do Mais popular. A disposição do *site*, está, portanto, organizada de forma hierárquica do mais importante para o menos relevante. Ao longo da *homepage* encontra-se publicidade, como a da grelha da Vodafone.

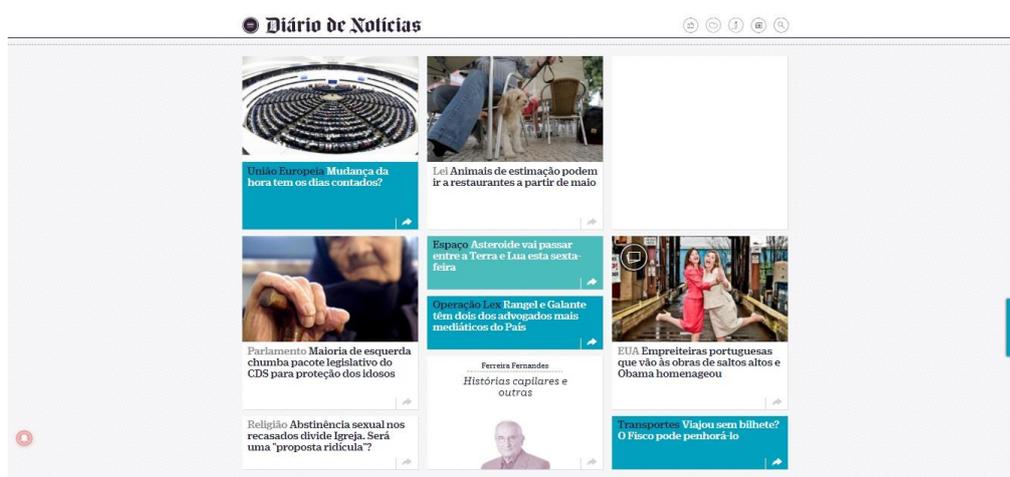


Figura 3: Exemplo da grelha dos destaques no site do Diário de Notícias

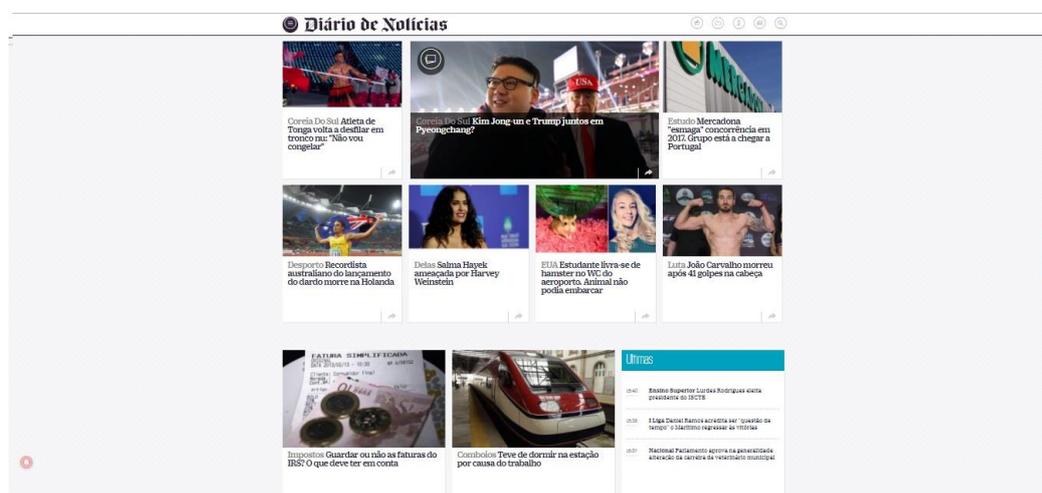


Figura 4: Exemplo da segunda grelha na homepage do Diário de Notícias

Os artigos da versão impressa do jornal são publicadas no site do Diário de Notícias a partir da meia-noite do dia em que vão estar nas bancas.

Todas as notícias enviadas pela agência Lusa são automaticamente publicadas no site do jornal e podem ser vistas na grelha das Últimas. Desta forma, a homepage do Diário de Notícias está constantemente a ser alimentada por artigos.



Figura 5: Grelha das Últimas no *site* do Diário de Notícias

Se as notícias da agência Lusa não forem editadas, aparecem somente com título e texto. Apenas aquelas consideradas relevantes pelos jornalistas do Diário de Notícias são tratadas e destacadas na *homepage*. Quando os textos chegam ao Back Office, a uma pasta chamada *Lusa*, o jornalista muda a notícia de *publicação* para *em edição*, para que a possa modificar e editar sem que as alterações vão aparecendo no *site* ao longo do processo. De seguida, guarda-se e fecha-se a notícia, para que se possa movê-la para a secção adequada. No caso de ser uma notícia sobre um festival de música, move-se para Artes. Se for sobre a questão da legalização da canábis no país, move-se para Portugal, e assim sucessivamente. A secção Sociedade coloca algumas dúvidas e, ao longo do meu estágio, foi questão de debate: que notícias devem ser movidas para esta secção? Ficou decidido que em Sociedade só seriam publicadas notícias relacionadas com a ciência, ambiente, poluição e tecnologia. Assim, artigos sobre a meteorologia passaram a ser movidos para Portugal. No *site*, esta secção aparece com o título Ciência.



Figura 6: A secção Ciência no *site* do Diário de Notícias

Para escrever um artigo é preciso ter alguns fatores em consideração, entre os quais o número de caracteres do título, da frase de entrada e do corpo do texto. Segundo os jornalistas da secção *online* do Diário de Notícias, o título de uma notícia deve ter idealmente cerca de trinta caracteres. Não só por causa do *design* do site, que não permite a visibilidade total de um título muito longo, mas também porque quanto mais pequeno, mais ele é simples e perceptível. Também é possível escrever um título alternativo. Isto significa que o título que aparece na página inicial do *site* e o que está disposto quando abrimos a notícia podem ser diferentes. Os jornalistas podem recorrer a esta alternativa quando a informação no título não é inteiramente necessária na *homepage* do site, em que o título pode ser mais curto, mas que precisa de aparecer no título que aparece na página do artigo.

No que diz respeito à frase de entrada, espera-se que esta seja um pequeno resumo do artigo em uma ou duas frases curtas, que não excedam uma linha e meia. Quando as notícias são editadas pelos jornalistas do Diário de Notícias, acrescenta-se “DN” aos artigos da agência. Assim, no autor lê-se “DN/Lusa”.



Figura 7: Exemplo de um artigo com o autor DN/Lusa

Para todos os artigos escritos e editados, ativa-se a função “Twitter” e “Feed”, o que significa que as notícias aparecerão na plataforma Twitter e no *site* do jornal. Apenas a função “Facebook” é reservada aos artigos com maior destaque e são partilhados na plataforma com intervalos de cerca de dez, quinze minutos.

Há também um horário estipulado para a partilha de artigos dos suplementos do Diário de Notícias - Dinheiro Vivo, Notícias Magazine e Evasões – e de artigos de revistas do Global Media Group - N-TV, Motor 24 e Men’s Health, Delas e Volta ao Mundo.

Em todos os artigos associam-se *tags*. Estes *tags* são as palavras-chave que permitem aos leitores procurar um artigo de forma mais rápida e incluem o nome da secção. O primeiro *tag* a adicionar, *tag 0*, aparecerá no lado esquerdo do título da notícia na *homepage* do site. A palavra usada não deverá, portanto, estar escrita no título. No motor de busca basta escrever uma palavra que se associe ao tema.



Figura 8: Motor de busca na página inicial do *site* do Diário de Notícias

O *site* abrirá uma lista de notícias que abordam o tema, incluindo, muito provavelmente, o pretendido. Os *tags* aparecem ao lado de uma notícia, no lado esquerdo da página.



**Figura 9:** Resultados da pesquisa da palavra “votação” no *site* do Diário de Notícias

O exemplo abaixo mostra um artigo de dezembro intitulado “EUA avisam que vão tomar nota dos países que criticarem decisão sobre Jerusalém”. A notícia aborda a reação dos Estados Unidos da América face à futura votação dos países-membros da Assembleia Geral da ONU em relação à decisão do presidente norte-americano, Donald Trump, de reconhecer Jerusalém como capital israelita.

A Embaixadora dos EUA nas Nações Unidas, Nikki Haley, avisou que o presidente norte-americano lhe pediu que anotasse os nomes dos países que votarem "contra" Washington na reunião de amanhã sobre a decisão de Donald Trump de reconhecer Jerusalém como capital de Israel.

Trump reconheceu este mês Jerusalém como capital israelita, pondo termo a décadas de um consenso internacional segundo o qual o estatuto definitivo da cidade deve ser acordado no âmbito de um processo de paz entre israelitas e palestinianos. Trump tenciona mesmo mudar a Embaixada dos EUA, que de momento se mantém em Telavive.

A sessão especial, solicitada pelos países árabes, acontece depois de Washington ter vetado, na segunda-feira, uma resolução com o mesmo fim do Conselho de Segurança. Os outros 14 membros do órgão - incluindo os seus

aliados mais próximos - votaram a favor de uma resolução que pedia aos Estados Unidos que recuassem no reconhecimento de Jerusalém como capital de Israel e reiterava a doutrina da ONU sobre a cidade que alberga os lugares santos das três grandes religiões monoteístas (Diário de Notícias, 20 de dezembro de 2017).

Assim sendo, os *tags* usados foram *Jerusalém*, *Donald Trump* e *votação*.

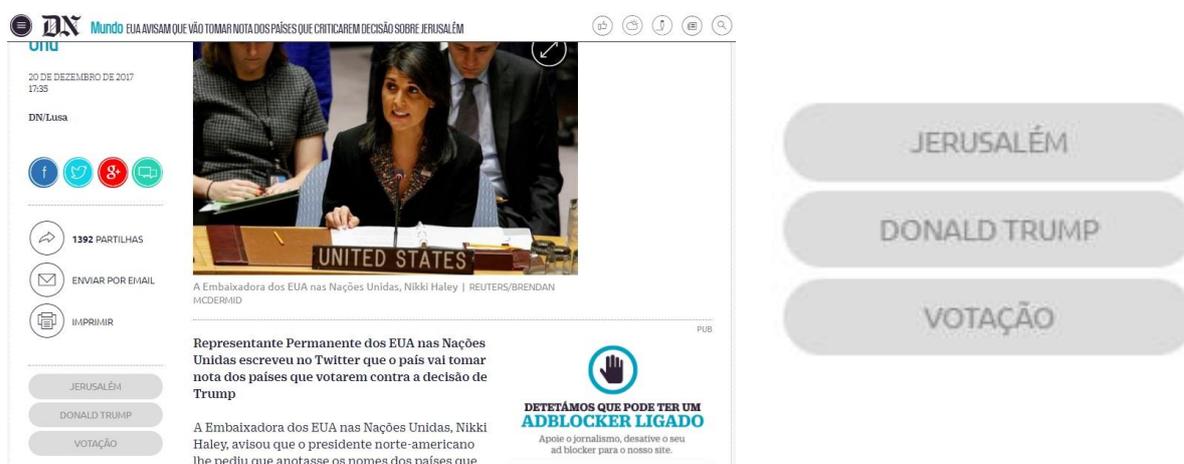


Figura 10: Exemplo de *tags* num artigo no *site* do Diário de Notícias



Figura 11: Exemplo de um *tag* 0

Por baixo dos *tags* aparecem, normalmente, os artigos relacionados. Tal como o nome indica, tratam-se de outras notícias que estão associadas aos artigos. Os jornalistas relacionam aquelas que consideram mais relevantes. Só se podem fazer artigos relacionados depois do artigo estar publicado. Relativamente ao exemplo acima mencionado, alguns dos artigos

relacionados usados foram os seguintes: “ONU considera que estatuto de Jerusalém deve ser negociado”, “Trump reconhece Jerusalém como capital de Israel”, “Perguntas e Respostas sobre Jerusalém” e “Trump ameaça cortar ajuda a países que votem contra os EUA”.

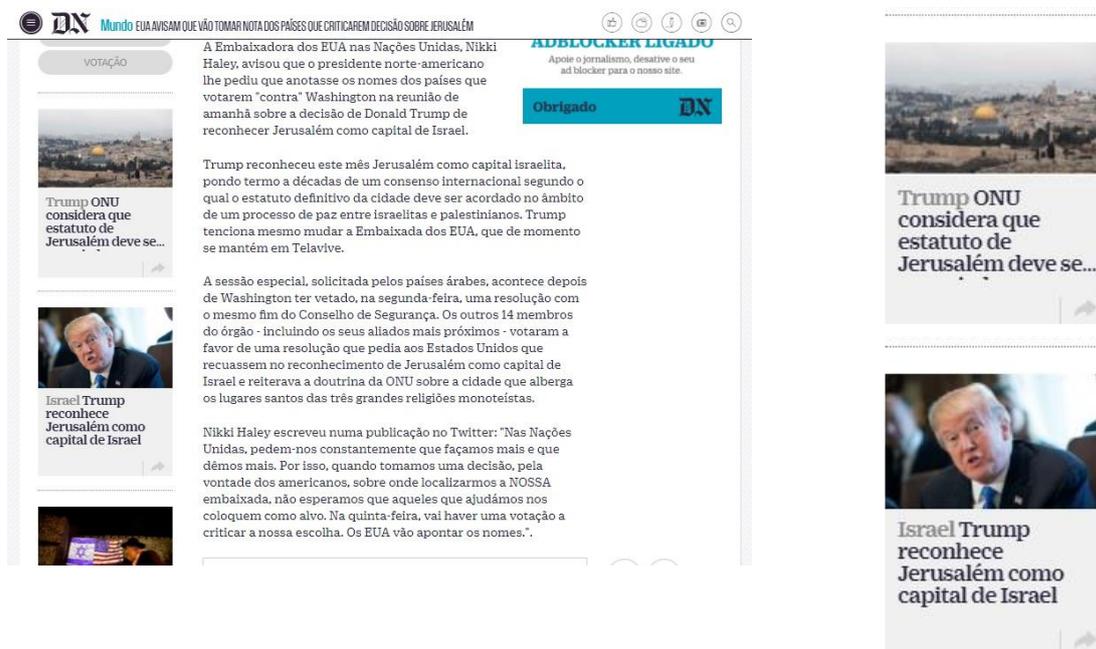


Figura 12: Exemplo de artigos relacionados num artigo no *site* do Diário de Notícias

Tanto os *tags* como os artigos relacionados são bons exemplos de hipertextualidade, uma vez que permitem ao leitor navegar para outra página através dos links, com o intuito de se informar mais aprofundadamente sobre determinado tema ou semelhante. Para além disso, ao usar *tags*, torna-se mais fácil encontrar artigos no arquivo digital do jornal. Deste modo, esta ferramenta contribui para outra das características do ciberjornalismo: a memória.

Todos os artigos editados têm de ter pelo menos uma imagem. Esta tem de ser representativa do conteúdo escrito. Voltando ao exemplo acima, uma fotografia do presidente norte-americano Donald Trump seria a primeira hipótese a considerar, pois é ele o representante dos Estados Unidos da América. No entanto, a afirmação “os EUA vão apontar nomes” foi escrita na rede social Twitter pela Representante Permanente dos EUA nas Nações Unidas, Nikki Haley, e não por Donald Trump.

Nikki Haley escreveu numa publicação no Twitter: "Nas Nações Unidas, pedem-nos constantemente que façamos mais e que dêmos mais. Por isso, quando tomamos uma decisão, pela vontade dos americanos, sobre onde

localizarmos a NOSSA embaixada, não esperamos que aqueles que ajudámos nos coloquem como alvo. Na quinta-feira, vai haver uma votação a criticar a nossa escolha. Os EUA vão apontar os nomes” (Diário de Notícias, 20 de dezembro de 2017).



A Embaixadora dos EUA nas Nações Unidas, Nikki Haley | REUTERS/BRENDAN MCDERMID

**Figura 13:** Exemplo de uma imagem num artigo no *site* do Diário de Notícias

### 2.2.2. Media Vault

As imagens usadas pelo Diário de Notícias são retiradas do segundo programa usado na redação: o Media Vault. Neste, encontram-se igualmente as notícias da agência Lusa e também as da Reuters.

As imagens usadas no *site* do Diário de Notícias são, na maioria das vezes, da autoria dos fotojornalistas da Global Imagens e das agências internacionais Reuters e EPA – no caso de artigos focados em acontecimentos internacionais.



Figura 14: Imagem da página inicial do programa Media Vault

Para procurar uma fotografia no Media Vault, basta pesquisar por uma palavra-chave relacionada com o tema. No exemplo abaixo foi utilizado o nome do Presidente da República, Marcelo Rebelo de Sousa, uma vez que o *take*<sup>5</sup> da Lusa em questão citava o chefe de Estado. A imagem é, então, guardada no computador e publicada no artigo através do Back Office.



Figura 15: Resultado de pesquisa de “Marcelo Rebelo de Sousa” no programa Media Vault

<sup>5</sup> Um *take* é uma notícia enviada por uma agência de informação para as redações dos jornais. Neste caso, o envio é feito *online*.

Quando um artigo menciona um evento específico, como os incêndios ocorridos na Califórnia, em dezembro, é preferível usar sempre mais do que uma fotografia na notícia, de forma a enriquecê-la.

## Fogo florestal obriga à evacuação de 8.000 casas

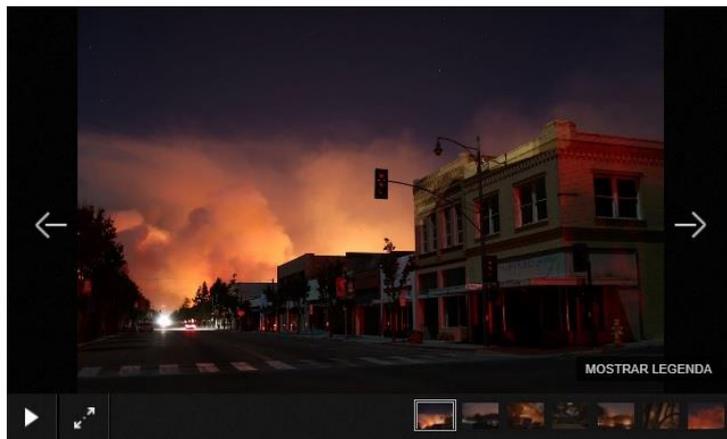


Figura 16: Exemplo de uma galeria de fotografias num artigo no site do Diário de Notícias

Às vezes, é difícil encontrar imagens que representem os temas de alguns artigos científicos específicos ou de descobertas. Muitas vezes é preciso recorrer à publicação original do artigo científico na respetiva revista ou à página do Facebook do cientista no caso de uma descoberta, de forma a usar uma foto do autor para o artigo.

Quando se trata de uma notícia com um conteúdo geral, é preferível utilizar uma imagem de arquivo genérica. O exemplo abaixo consta de um estudo que diz que fazer três caminhadas rápidas de dez minutos são mais benéficas do que oito quilómetros.

Mas um teste realizado por Rob Copeland, da Universidade de Sheffield Hallam, Inglaterra, concluiu que três caminhadas de dez minutos, por dia, apresentam melhores resultados.

Foi recrutado um grupo de voluntários, que foram equipados com monitores de atividade e divididos em dois grupos: um para percorrer dez mil

passos por dia, outro para caminhar três sessões de dez minutos a passo rápido a que chamaram "Active 10" -, o equivalente a aproximadamente dois quilómetros e meio (Diário de Notícias, 31 de janeiro de 2018).

Neste caso, a imagem escolhida não é representativa do estudo, mas do conceito que retrata: caminhar. Nestes casos, a legenda da imagem deve ser "Imagem de Arquivo".

### Três caminhadas rápidas de 10 minutos são mais benéficas do que 8 quilómetros



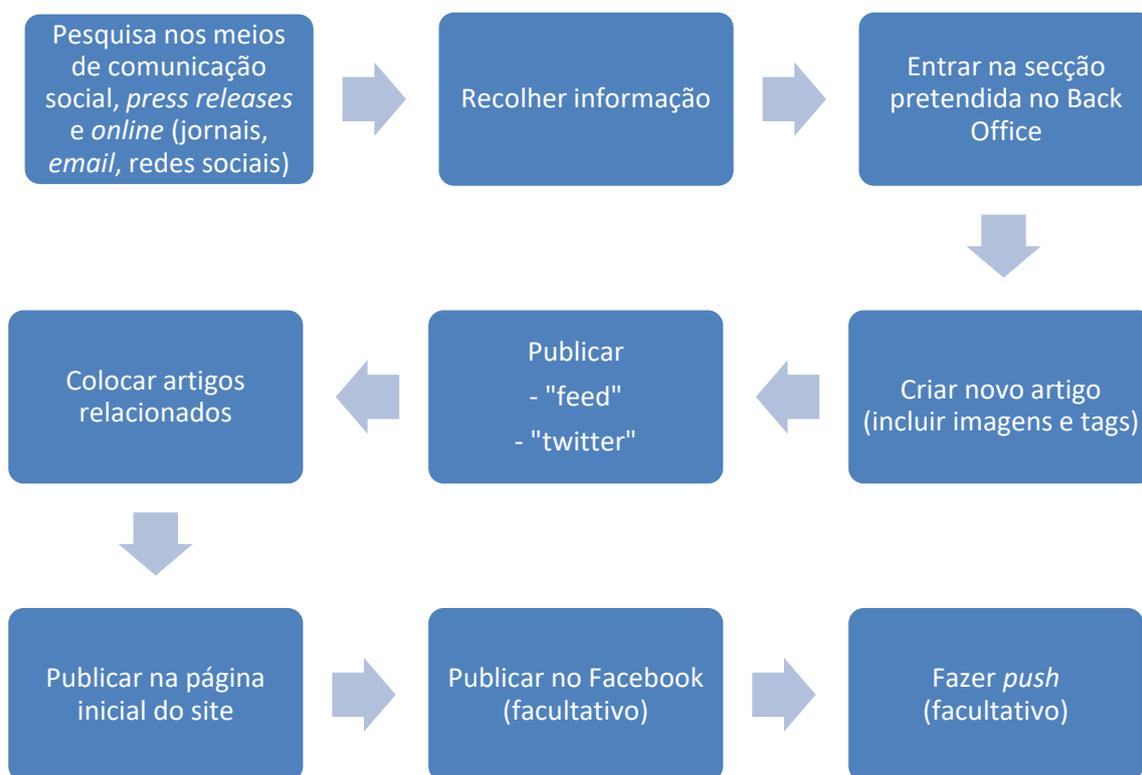
Imagem de arquivo | GLOBAL IMAGENS

**Figura 17:** Exemplo de uma imagem representativa de um conceito num artigo no *site* do Diário de Notícias



**Figura 18:** Passos necessários para publicar um *take* da Lusa no *site* do Diário de Notícias

O gráfico acima mostra o processo de publicação de *takes* da Lusa no *site* do Diário de Notícias. Já o que se encontra de seguida é uma representação dos passos necessários para escrita de artigos no *online*. Ainda que não tenha sido mencionado, é de salientar a necessidade de proceder igualmente a uma pesquisa *online* no caso dos *takes* da Lusa e recolher informações pertinentes, de forma a complementar e enriquecer as notícias.



**Figura 19:** Processo de escrita e publicação de um artigo no *site* do Diário de Notícias

### 3. O Estágio

O terceiro capítulo do trabalho relata o percurso ao longo dos três meses na secção *online* da redação do Diário de Notícias. Explicar-se-á a escolha da instituição de acolhimento, o horário de trabalho, as tarefas realizadas no dia-a-dia, o tempo demorado a completá-las e a execução dos trabalhos propostos (uma entrevista e uma reportagem). Serão igualmente expostas as dificuldades que foram surgindo ao longo do estágio e refletir-se-á sobre o meu desempenho e progresso na redação do jornal, mencionando os pontos positivos e negativos.

Estudante do 2º ciclo de estudos em Jornalismo e Comunicação na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra tive de escolher entre escrever uma tese de mestrado, realizar um projeto, ou um estágio. Optei pela última, pelas competências práticas que me permitirá adquirir para um trabalho futuro.

O jornal Diário de Notícias, onde estagiei durante três meses, não foi a primeira escolha. Inicialmente candidatei-me a um estágio de fotojornalismo no jornal *Público*, ainda que as minhas experiências fotográficas tivessem sido apenas como amadora. Sem curso profissional na área da fotografia, não consegui o lugar no jornal pretendido.

No dia da minha entrevista nas Torres de Lisboa, a editora executiva da redação, Graça Henriques, lembrou-me que o estágio curricular não era remunerado e explicou-me que os estagiários não podem assinar os seus trabalhos, como dita a Comissão da Carteira Profissional de Jornalista. Apesar de ter mostrado maior interesse na secção das Artes, depois de questionada, colocaram-me na secção *online*, defendendo que aprenderia muito mais numa secção onde pudesse abordar todo o tipo de tópicos. No dia 2 de novembro de 2017 iniciei o meu estágio na redação do Diário de Notícias, onde permaneci até ao dia 31 de janeiro de 2018. Juntei-me, assim, aos restantes membros da secção *online* do jornal: Artur Cassiano (editor executivo adjunto da secção digital e também meu orientador de estágio), Ricardo Simões Ferreira (editor da secção), Patrícia Jesus (coordenadora), Bárbara Cruz, Sofia Fonseca e Rui Salvador. Em dezembro, a equipa recebeu mais uma jornalista: Paula Freitas Ferreira.

Todos os dias, exceto aos fins-de-semana, trabalhei das dez horas da manhã até às seis, seis e meia da tarde. Nos primeiros dois dias de estágio não tinha ainda acesso aos programas de trabalho. Assim que me foi atribuído um *email* da empresa para aceder ao Back Office e Media

Vault, foram-me explicados todos os passos para a publicação de um artigo na plataforma digital do jornal. No entanto, estes só poderiam ser publicados pelos meus colegas, depois de os meus textos ou as minhas edições, no caso de *takes* da Lusa, terem sido revistos.

### 3.1. Trabalhos realizados

Por dia, editava entre nove a quinze *takes* da Lusa. O tempo que demorava por *take* dependia da extensão do texto e do meu entendimento do tema a tratar. Ainda que não estivesse limitada a um tema específico, a maioria das notícias que editava inseriam-se na secção de Portugal, Mundo e Sociedade. A edição incluía a correção de erros gramaticais e ortográficos, a alteração do título quando necessário, a criação de uma frase de entrada, juntar uma imagem, *tags*, e relacionados. Em média, demorava vinte minutos por *take*. Nos dias em que escrevia artigos, o número de *takes* da Lusa que editava era menor. Isto porque, na maioria das vezes, nunca demorava menos de uma hora a escrever uma notícia. Criei algumas galerias com cerca de quinze fotos cada. As temáticas eram sobretudo catástrofes naturais e eventos.

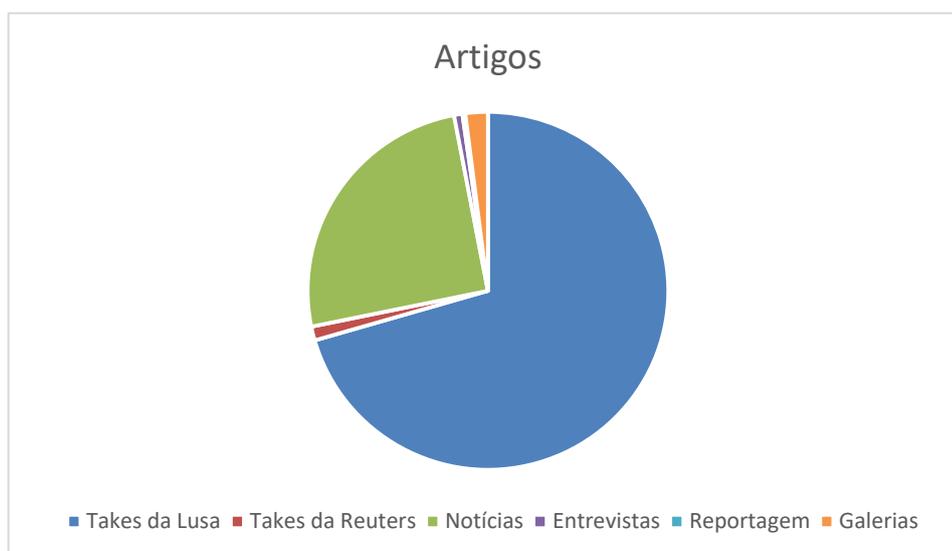


Figura 20: Artigos realizados ao longo do estágio

Para escrever um artigo começava por proceder a uma pesquisa *online* noutros jornais nacionais e internacionais. Dos jornais nacionais, as minhas referências eram, maioritariamente, o Público, Expresso, Observador, Jornal de Notícias e Correio da Manhã. A nível internacional, o jornal tinha preferência pelos meios de comunicação americanos, ingleses, espanhóis e franceses. Entre eles, destaco CNN, The New York Times, The Guardian, BBC News, El País e Agence France-Presse. No entanto, antes de começar a escrever sobre

qualquer assunto internacional, procurava-se sempre se a agência Reuters tinha *takes* sobre o assunto a tratar. Para complementar os *sites* noticiosos, a pesquisa era feita também nas redes sociais, nomeadamente no Facebook, no Twitter e no Instagram. No que toca aos *press releases*, estes eram-me reencaminhados pelos meus colegas através de *email*. Esta última plataforma serviu de base ao longo de todo o estágio.

A escrita de artigos que dão mais cliques, isto é, mais visualizações ao *site*, eram os privilegiados. Estas notícias chegam ao topo das mais lidas e debruçam-se sobre temáticas, tais como mortes, acidentes, polémicas ou situações caricatas.



Figura 21: Exemplo do mais popular no *site* do Diário de Notícias

Das notícias que escrevi, destaco três virais que estiveram no topo das mais populares no *site* do Diário de Notícias: “Voo entre LA e Tóquio volta para trás porque um passageiro estava no voo errado”, “Empresa pede desculpa por 20 segundos... de adiamento” e “Morreram 4 atrizes porno nos últimos dois meses. Todas com menos de 35 anos”. As duas primeiras abordam situações caricatas. No primeiro caso, um passageiro que voou num avião que não era o seu, obrigando-o a regressar à base:

Um avião da companhia aérea All-Nippon Airways, que fazia a ligação entre Los Angeles, nos Estados Unidos da América, e Tóquio, no Japão, voltou para trás a meio do voo na terça-feira, dia 26 de dezembro, por transportar um

passageiro que, afinal, estava no voo errado (Diário de Notícias, 27 de dezembro de 2017).

E o caso de um comboio partir antes do tempo previsto:

Foi um pedido de desculpas por 20 segundos, o que diz bem da pontualidade dos comboios no Japão, e por o comboio ter partido... adiantado. A empresa que gere os comboios na área metropolitana de Tóquio pediu desculpa *online* pelo comboio que liga Akihabara, em Tóquio, a Tsukuba, ter partido 20 segundos mais cedo, na terça-feira, dia 14 de novembro (Diário de Notícias, 16 de novembro de 2017).

A última, não só porque está relacionada com mortes, mas por se tratar de mortes de atrizes de filmes pornográficos, o que acaba por ser um assunto polémico.

Mais uma morte na indústria pornográfica norte-americana nos últimos dois meses e, desta vez, de uma jovem com apenas vinte anos: Olivia Nova, atriz porno norte-americana, foi encontrada morta na sua casa em Las Vegas, Estados Unidos (Diário de Notícias, 2018).

O que todos estes artigos têm em comum é a interação que proporcionaram entre leitores e um número acentuado de partilhas no Facebook: o artigo sobre o passageiro que voava no voo errado originou 419 partilhas e 21 comentários; o artigo acerca do comboio que partiu adiantado conta com 2723 partilhas e 61 comentários; e o artigo relativo às mortes das atrizes pornográficas resultou em 1308 partilhas e 67 comentários.

No que diz respeito a artigos sobre incêndios ou acidentes – as notícias de última hora - o contacto com fontes era sempre feito pelo telefone. No caso específico de acidentes rodoviários, o *site* da Brisa era uma das fontes a consultar.

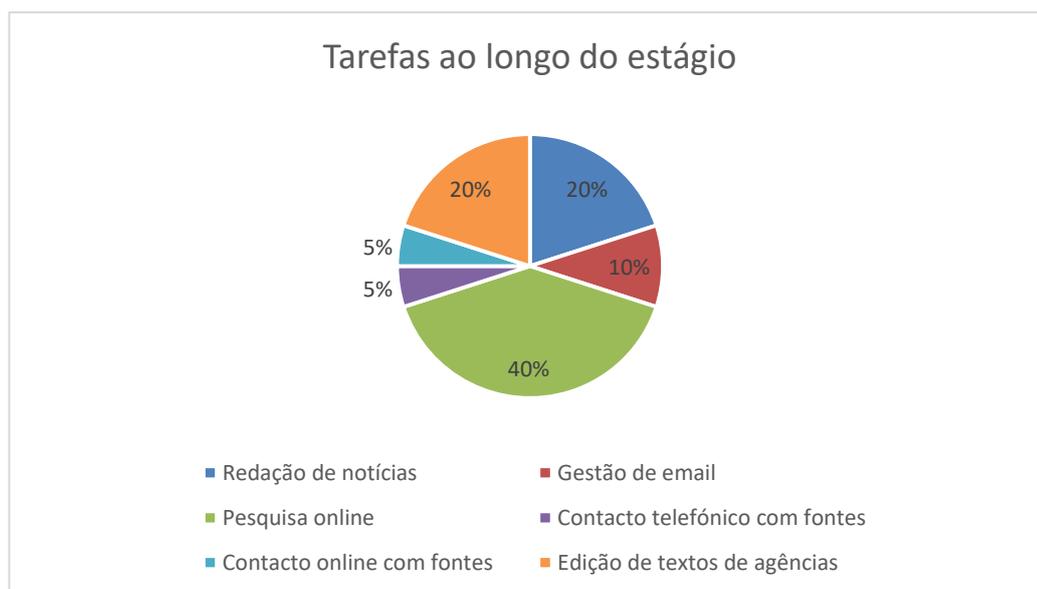


Figura 22: Gráfico de tarefas ao longo do estágio

### 3.2. Trabalhos propostos

Ao longo dos três meses na redação do Diário de Notícias voluntariei-me para escrever diversos artigos de tópicos que pesquisei *online* em sites de órgãos de comunicação social e nas redes sociais, como o Twitter. Para além destes, propus escrever duas notícias de maior dimensão que implicaram um contacto direto com fontes: uma entrevista a um comediante português na estreia do seu espetáculo de *stand-up* a solo e uma reportagem sobre as acessibilidades no metro de Lisboa para pessoas com mobilidade reduzida. Neste capítulo descreverei os trabalhos propostos e todo o processo de realização e escrita dos mesmos.

#### 3.2.1. Entrevista ao humorista Pedro Teixeira da Mota

Cerca de duas semanas após o início do meu estágio, decidi propor uma entrevista ao humorista português Pedro Teixeira da Mota, na sequência do seu primeiro espetáculo de *stand-up* a solo, intitulado *Impasse*, que esgotou três vezes. A ideia adveio do meu interesse pelo trabalho do comediante, que já acompanhava, tendo mesmo comprado o bilhete para assistir ao espetáculo. Depois de a sugestão ter sido aceite pelos meus colegas, comecei por contactar a promotora do espetáculo do artista via *email* e mais tarde pelo telefone, com quem combinei o dia, hora e local da entrevista.

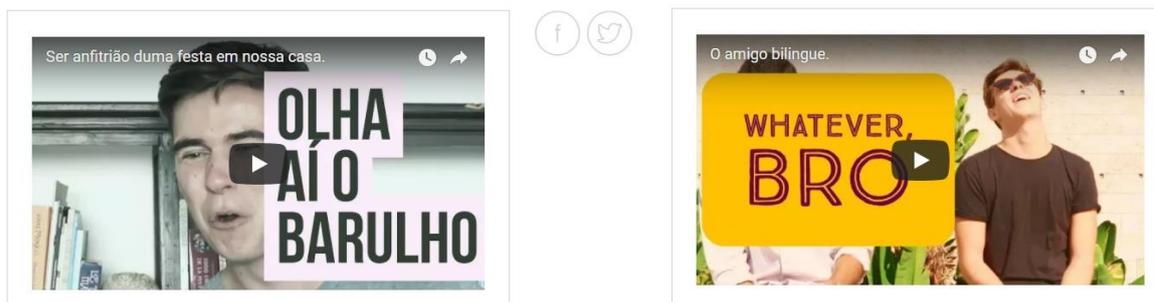
No dia 10 de novembro, já passava das 16 horas quando me juntei à promotora, Maria Luísa, e a Pedro Teixeira da Mota no McDonald's do Restelo para a minha primeira entrevista no jornal Diário de Notícias. Com dez perguntas apontadas no meu bloco de notas, comecei a questioná-lo assim que liguei o gravador de voz que levei comigo. No final, resultou numa conversa fluida, com perguntas improvisadas pelo meio e outras por fazer, ou porque não interessavam tanto, ou porque o entrevistado se antecipava a abordar o assunto em questão. Todas as perguntas centravam-se no espetáculo: porquê o nome *Impasse*, o que poderiam as pessoas esperar de diferente do conteúdo com que o artista aborda os seus seguidores nas redes sociais, o improviso, a importância da música no seu espetáculo.

A notícia foi publicada no *site* do Diário de Notícias no dia da estreia do espetáculo – três dias úteis depois da entrevista -, após a revisão ter sido feita pela jornalista Bárbara Cruz. Um dos detalhes que a minha colega alterou foi a forma como os jornalistas se dirigem aos entrevistados no Diário de Notícias: ainda que eu e o Pedro tenhamos comunicado usando a segunda pessoa do singular, as perguntas devem ser escritas na segunda pessoa do plural.

Ao corpo da notícia acrescentei hiperligações para o conteúdo digital do comediante, desde o *link* para o podcast, para o canal no Youtube, perfil do Instagram, Twitter e Facebook. Juntei ainda dois vídeos de humor do artista.

Abriu os espetáculos de Luís Franco-Bastos durante a digressão "Voz da Razão". Tem um [canal](#) no *Youtube* em que publica vídeos de minuto e meio e é um dos criadores do programa [Erro Crasso](#) na mesma plataforma. Muito ativo nas redes sociais, brinda os seguidores com descrições de fotografias hilariantes no [Instagram](#). Todos os domingos publica um podcast intitulado [Ask.TM](#) - que é dos mais ouvidos em Portugal e já chegou várias vezes ao primeiro lugar no ranking luso do iTunes - e vai respondendo às perguntas que lhe colocam no [Twitter](#). O mais recente feito é também o mais importante da carreira, diz ele: conseguir esgotar o primeiro espetáculo de stand-up a solo não uma, não duas, mas três vezes.

**Figura 23:** Hiperligações na entrevista ao humorista Pedro Teixeira da Mota



**Figura 24:** Vídeos inseridos no artigo da entrevista ao humorista Pedro Teixeira da Mota

Apesar da lei que impede os estagiários de assinar artigos, a entrevista foi o meu primeiro e único artigo assinado, depois de uma jornalista da secção das Artes ter elogiado o meu trabalho e incentivado o meu orientador a dar-me créditos. No final do artigo, acrescentou-se: “Texto escrito por Inês Nepomuceno e editado por Bárbara Cruz”.

Dois dias depois, Pedro Teixeira da Mota partilhou o meu artigo na rede social Twitter. Até ao momento, tem 368 partilhas no Facebook e um comentário no *site* do Diário de Notícias, onde se lê: “muito bom”.



**Figura 25:** Caixa de comentários e partilhas da entrevista ao humorista Pedro Teixeira da Mota

Este artigo é, portanto, um bom exemplo para demonstrar as potencialidades da Internet no jornalismo que irão ser abordadas na segunda parte deste relatório. Nesta entrevista estão presentes a hipertextualidade – através do uso de *links*, dos artigos relacionados e dos *tags* – e de multimedialidade – pela adição de um conjunto de quatro fotografias e dois vídeos. O número de partilhas e os comentários possibilitaram um maior reconhecimento do meu trabalho, que em dezembro já contava com três mil visualizações de mais de um minuto.

### 3.2.2. Peça sobre as acessibilidades no metro de Lisboa para pessoas com mobilidade reduzida

A outra peça que propus em janeiro tem a ver com a questão das acessibilidades no metro de Lisboa para pessoas com mobilidade reduzida. Esta ideia surgiu depois de uma experiência pessoal que tive com a minha irmã, portadora de uma cadeira de rodas elétrica, no metropolitano da capital portuguesa. A minha revolta pela falta de acessibilidades no país não é recente, assim como não o é a vontade de expor este tipo de problemas e sensibilizar as pessoas para a sua existência. Assim, decidi que iria dar voz a quem se encontra constantemente limitado por barreiras arquitetónicas.

Entrei em contacto com a Associação Salvador, que promove a integração das pessoas com deficiência motora na sociedade e da qual já tinha conhecimento, que reencaminhou o meu *email* para os seus contactos. Duas pessoas mostraram interesse numa entrevista para poderem expor a sua experiência com o metro de Lisboa. Uma delas, no entanto, acabou por desmarcar, fazendo questão de me enviar o contacto de um amigo portador de cadeira de rodas. Entrevistei presencialmente Sérgio Lopes, um homem tetraplégico que se desloca de cadeira de rodas elétrica, e Va Nancassa, paraplégico e com uma cadeira de rodas manual.

Pedi autorização – através de um contacto telefónico - ao metropolitano de Lisboa para fotografar dentro das estações e, depois de diversos contactos via *email* e telefone com o Departamento de Comunicação e com a Unimagem<sup>6</sup> – Consultoria de Comunicação -, esta foi-me concedida inicialmente para as duas entrevistas. No entanto, devido à falta de trabalhadores da Unimagem para acompanhar a reportagem (uma vez que estavam ocupados no acompanhamento de outras reportagens a ser realizadas na mesma altura), apenas a entrevista de Va Nancassa foi documentada visualmente. O fotojornalista da Global Imagens que me acompanhou tirou fotografias ao entrevistado na estação da Reboleira e na estação do Marquês de Pombal, assim como durante a viagem na carruagem de um ponto ao outro, de forma a captar as dificuldades que Va tem de enfrentar para poder usufruir do transporte público.

A entrevista com Sérgio Lopes decorreu num café na Estação Gare do Oriente. A conversa demorou mais de cinquenta minutos e Sérgio fez questão de relatar todas as limitações com que se depara há quinze anos: a sua primeira experiência com o metro de Lisboa, a dificuldade

---

<sup>6</sup> A Unimagem é uma empresa de consultoria de comunicação e imagem e o Metropolitano de Lisboa é um dos seus clientes.

que é encontrar autocarros da Carris com acessibilidades, o modo como as rampas dos comboios da CP estão bem equipadas para transportar cadeiras de rodas elétricas, mas que limitam as pessoas que se deslocam em cadeiras de rodas manuais e ainda a incapacidade da TAP para satisfazer as necessidades das pessoas com mobilidade reduzida. No final, outro fotojornalista da Global Imagens fotografou Sérgio a entrar num comboio suburbano da CP com destino a Póvoa de Santa Iria, onde o entrevistado reside.

Ainda à Unimagem enviei por *email* uma série de questões, as quais me foram respondidas poucos dias depois. As dúvidas que expus foram as seguintes: “O metropolitano de Lisboa tem acessibilidades para pessoas com mobilidade reduzida?”, “A distância entre as portas das carruagens e a plataforma é muito grande?”, “Quantos canais especiais de acesso existem por estação?”, “Quantas queixas relacionadas com elevadores avariados e entrada nas carruagens receberam no ano de 2017?”, “Existe algum tipo de assistência dentro do metro de Lisboa para pessoas com mobilidade reduzida?”, “Há alguma rampa para facilitar a entrada das pessoas com cadeiras de rodas nas carruagens do metro?” e “Existe alguma carruagem específica para pessoas com mobilidade reduzida?”. Liguei igualmente para o Centro de Atendimento do Metro, simulando uma viagem como pessoa portadora de cadeira de rodas elétrica. Ao telefone, referi que pretendia utilizar o metro e perguntei se havia acessibilidades. O colaborador do metro respondeu-me que apenas algumas estações têm elevadores. Perguntei ainda se a distância entre a carruagem e o metro era grande. Foi-me dito que apenas na estação de Marquês de Pombal existe esse problema.

No que diz respeito aos transportes da Carris, em Lisboa, a Unimagem certificou-se de me reencaminhar as respostas da empresa às minhas questões: quantos autocarros têm rampas ou outro mecanismo que permite acessibilidade a pessoas com mobilidade reduzida, quantos autocarros noturnos têm acessibilidade e se a rota da Carris abrange a zona da Amadora.

Tendo em conta as dificuldades que os dois entrevistados expuseram com os comboios da CP, tive o cuidado de entrar em contacto com uma porta-voz da empresa. Ao telefone, a colaboradora da CP explicou-me quais as estações e os comboios que estavam adaptados para pessoas com cadeiras de rodas, a necessidade de fazer uma marcação prévia, de vinte e quatro horas, para poderem usufruir do serviço de apoio disponibilizado pela empresa para pessoas com mobilidade reduzida e qual o limite de horas para o funcionamento do serviço em questão.

Uma vez que o meu artigo não deveria exceder os 6000 caracteres, não pude incluir outros meios de transportes que apresentam limitações, nomeadamente os comboios da CP e os autocarros da Carris. Ainda assim, entrei em contacto com as duas empresas. Até à data, a reportagem não foi publicada no site do Diário de Notícias.

### 3.3. Dificuldades ao longo do estágio

O maior desafio durante os três meses passados na secção *online* da redação do Diário de Notícias prende-se com a questão da instantaneidade no ciberjornalismo. A obrigação de escrever uma notícia para “ontem” requer uma agilidade, concentração e rapidez que falham a quem aborda o jornalismo *online* pela primeira vez. No caso das notícias de “última hora”, estas implicavam a realização de chamadas para recolher informações que, devido à minha inexperiência e vergonha inicial, algumas vezes ficavam por perguntar. Uma das técnicas usadas pelos ciberjornalistas para acelerar a escrita deste tipo de artigos é a de colocar as imagens e dados adicionais após a publicação no *site*, mesmo que às vezes implique que a notícia tenha apenas título.

Uma desvantagem do jornalismo *online* é que este tem de estar constantemente em atualização, o que significa que não há tempo para investigação. Assim, os dados das notícias são retirados de outros jornais. Em muitos dos casos, de jornais internacionais. Desta forma, escrever para a secção *online* implica conhecimentos de outras línguas, que muitas pessoas não possuem. Em primeiro lugar, o inglês, seguindo-se o espanhol e o francês. Ainda que seja licenciada em Línguas Modernas – vertente de inglês e alemão -, escrever notícias a partir de peças escritas em inglês foi um processo bastante meticuloso e demorado. Isto pelo facto de o conteúdo de alguns artigos ser demasiado específico. Por exemplo, artigos relacionados com crimes ou descobertas científicas.

É o caso do artigo “Um buraco negro “sem maneiras”: cientistas detetam dois “arrotos” seguidos”. Como o título indica, a notícia de cariz científica relata uma descoberta nos buracos negros, a de que estes foram detetados a *arrotar* duas vezes seguidas.

Astrónomos captaram um espetáculo espacial inédito: duas emissões de partículas do mesmo buraco negro, depois de sugar gás quente, conforme relatam num artigo no *Astrophysical Journal*.

Não é novidade que os buracos negros "ejetam" alguma energia depois de sugarem gás cósmico. Mas o que os astrónomos conseguiram captar desta vez foi um acontecimento inédito, salientam. Com a ajuda dos telescópios espaciais Hubble e Chandra, detetaram o que descrevem como "dois arrotos" de um buraco negro localizado no centro de uma galáxia, a SDSS J1354+1327, a 800 milhões de anos-luz (Diário de Notícias, 12 de janeiro de 2018).

No artigo original<sup>7</sup>, da BBC, para além dos termos científicos usados, a dúvida estava na tradução da expressão *double burp*, que significa, literalmente, *aroto duplo*.

Astronomers have caught a massive black hole letting out a "double burp" after bingeing on hot gas.

When cosmic gas comes near one of these sinkholes, it gets sucked in - but some of the energy is released back into space in the form of a burp.

Now, the Hubble and Chandra space telescopes have detected a new belch emerging from a black hole located about 800 million light-years away (Rincon, BBC, 2018).

Depois de uma pesquisa sobre buracos negros e depois de analisar a analogia usada pela BBC ao longo do artigo, chegou-se à conclusão de que *aroto duplo* seria a melhor tradução.

"I thought of an analogy for this and I was debating whether to use it or whether it's a little too gross... imagine someone eating dinner at their kitchen table and they're eating and burping, eating and burping.

"You walk in the room and you notice there's an old burp still hanging in the air from the appetiser course. Meanwhile, they're eating the main course and they let out a new burp that's rocking the kitchen table."

---

<sup>7</sup> Informação disponível no site da BBC em <http://www.bbc.com/news/science-environment-42655685>, consultada no dia 6 de junho de 2018.

She said the black hole was going through a cycle of feasting, burping and napping, before starting over (Rincon, BBC, 2018).

Aliado à questão da instantaneidade no ciberjornalismo, a dificuldade em conseguir uma boa tradução é ainda mais desafiante.

Ao longo do estágio deparei-me com palavras “proibidas” na redação do Diário de Notícias, tais como *falecer*, *esposa*, *briga*, *nota* (ao invés de *comunicado*) e expressões como *face a*. Segundo os jornalistas da secção *online*, estes conceitos não eram vistos como os mais corretos. No caso de *falecer*, por exemplo, por considerarem um eufemismo de *morrer*. Surgiram igualmente dúvidas relacionadas com a escrita de alguns termos. Entre os jornalistas as opiniões divergiam: *legionela* ou *legionella*? *Jogos Olímpicos de Inverno* ou *inverno*?. No final, os ciberjornalistas optaram por uma das formas e aplicaram-nas a todos os artigos. A forma como se escreve a data num artigo também foi questão de debate e a dúvida prendia-se com a necessidade de colocar tanto o dia, como o dia da semana ou só uma das variantes. A interpretação de alguns artigos foi alvo de discussão, como o caso da notícia “É mesmo verdade: A Apple torna os iPhones mais lentos”, traduzida a partir de um *take* da Reuters.

Em comunicado à Reuters, a Apple admitiu que toma medidas para reduzir o consumo de energia dos telemóveis - o que pode ter como consequência abrandar o processador do aparelho - quando se detetam problemas nas baterias, que se vão degradando ao longo do tempo - o que não acontece unicamente nas da marca.

Por isso, a empresa decidiu implementar a funcionalidade que acaba por tornar os telemóveis mais lentos, quando estes apresentam baterias velhas, baterias com pouca carga, ou quando estão frios. A ideia surgiu no final de 2016, quando vários iPhones começaram a desligar-se abruptamente - isto acontece quando o processador do telemóvel precisa de corrente máxima e a bateria apresenta más condições (Diário de Notícias, 21 de dezembro de 2017).

Enquanto alguns ciberjornalistas entendiam que a empresa Apple tinha deliberadamente tornado os iPhones mais lentos, uma ciberjornalista acreditava que esta fosse apenas uma consequência de outras ações tomadas pela empresa.

Este tipo de questões revelam a importância de uma investigação exaustiva dos temas a tratar para que não se caia no erro de interpretar os textos de maneira errada. A única forma de realmente perceber a intenção da Apple seria contactando a empresa e tirando as próprias conclusões. Não há apenas uma interpretação dos textos, como também não há somente uma forma de escrever sobre determinado tema.

A peça sobre as acessibilidades no metro de Lisboa foi um dos trabalhos mais desafiantes ao longo do estágio. As duas entrevistas resultaram em perto de duas horas de conversa e sintetizar toda a informação foi um processo demorado e difícil. Inicialmente, o texto ultrapassava os 8000 caracteres. A ordem de relato dos acontecimentos sofreu diversas alterações por recomendação da coordenadora Patrícia Jesus, de modo a que o leitor ficasse preso à reportagem desde a primeira frase. Depois de várias modificações e novos conselhos dados pela minha colega, como o uso de mais citações dos entrevistados que transmitissem as suas dificuldades, a minha peça ficou reduzida a menos de 6000 caracteres.

Também o facto de não me ter sido dada luz verde para fotografar a entrevista com Sérgio Lopes foi um problema. Uma cadeira de rodas manual e uma cadeira de rodas elétrica funcionam de maneira diferente e as dificuldades que os dois entrevistados enfrentam diferem, o que deveria ter ficado registado fotograficamente.

### **3.4. Apreciação do trabalho**

Tendo em conta o meu recente contacto com o mundo do jornalismo e a duração do estágio curricular – apenas três meses –, sinto que o balanço é positivo. Antes do estágio no jornal diário, a minha experiência na escrita de notícias consistia na realização de dois artigos para o jornal universitário de Coimbra *A Cabra*.

O meu trabalho na redação do Diário de Notícias permitiu-me adquirir os conhecimentos básicos de escrita de textos noticiosos da forma mais sucinta e verossímil utilizando um vocabulário simples e o mais compreensível possível. E, ao mesmo tempo, ter em conta a credibilidade das fontes consultadas, procurando sempre mais do que uma.

Os primeiros dias foram decisivos, uma vez que aprendi a trabalhar com as ferramentas necessárias para a realização de todas as tarefas na secção *online*, desde a procura de notícias, a publicação de artigos e o *upload* de imagens. A partir da primeira semana, ambientei-me à redação e ao longo dos meses efetuei as minhas tarefas com alguma confiança e rapidez (ainda que não tão rapidamente como era esperado).

Apesar das dificuldades expostas no capítulo anterior, tentei sempre concluir os meus trabalhos de forma profissional. Mostrei interesse, disponibilidade e vontade de realizar as minhas tarefas, inclusive propondo novos temas, como foi o caso da entrevista ao humorista português e da reportagem sobre as acessibilidades no metro de Lisboa para pessoas com mobilidade reduzida. Para além disso, sugeri alguns artigos para a escrita no dia-a-dia.

Interagi com os meus colegas, que me aconselharam e ajudaram a ultrapassar as minhas dificuldades, mostrando-se o mais disponíveis possível dentro das suas limitações de trabalho: *multitasking* e pressão de tempo. Absorvi as críticas construtivas que me foram feitas, de modo a desenvolver e aperfeiçoar as minhas capacidades.

No que diz respeito ao contacto com fontes através do telefone, evoluí gradualmente na forma como abordava as pessoas. Inicialmente não fazia todas as perguntas necessárias e, no caso de me informarem que não tinham respostas para me dar, não procurava uma alternativa para alcançar o objetivo final. Ao longo do estágio, tive em conta mais fatores que eram necessários explorar, por exemplo, saber se estavam crianças envolvidas num acidente de viação, ou saber a que horas o alerta de um acidente tinha sido dado e o número de viaturas que compareceram no local, e tentava obter algum dado que não me era fornecido, pedindo à pessoa ao telefone indicação de outro contacto.

Quanto aos pontos menos positivos do estágio, creio que escrever artigos com urgência resultou numa maior probabilidade da existência de gafes, não só da minha parte, mas também dos colegas que corrigiam os meus trabalhos. Muitas vezes reli artigos meus analisados pelos meus colegas e acabava por detetar novos erros.

Algumas vezes escrevi notícias que considero não terem relevância e que me foram sugeridas quando não havia temas novos a tratar. É o caso de um artigo sobre a filha de Michael Jackson ter sido vista a tocar *ukelele* pelas ruas de França:

A filha de Michael Jackson e de Debbie Rowe foi vista a passear pelas ruas de Rennes, norte de França, enquanto tocava ukelele - e o vídeo do momento, que publicou no Instagram, já é um êxito nas redes sociais.

De mochila às costas, luvas sem dedos e ar descontraído, a modelo norte-americana de 19 anos toca o instrumento à noite por uma praça da cidade, enquanto posa com a língua de fora para a câmara (Diário de Notícias, 28 de novembro de 2017).

Um aspeto que me entristeceu bastante no meu estágio está relacionado com a reportagem sobre as acessibilidades no metro de Lisboa. No meu último dia na redação, 31 de janeiro, ficou a promessa de que o meu artigo seria revisto e publicado no dia seguinte. Durante os três meses que se seguiram entrei em contacto com o Diário de Notícias, que continuou a prometer a publicação do texto. Não só considero que um artigo sobre um tema tão importante como o é as acessibilidades deveria ter a devida atenção que merece, como sinto que é desrespeitoso para os entrevistados, que tiveram que passar por dificuldades até mesmo para poderem ser entrevistados. Depois de me ter encontrado com Va Nancassa para uma entrevista, fui contactada pelo mesmo a relatar outro episódio de falta de acessibilidades após a nossa reunião.

Não obstante os aspetos negativos do estágio, os três meses nas Torres de Lisboa enriqueceram-me e permitiram-me criar uma nova perspetiva dos acontecimentos que me rodeiam, assim como dos jornalistas.

## Parte II

A segunda parte deste relatório pretende refletir sobre o jornalismo *online*. Para tal, será feita uma descrição dos primeiros anos de implementação do ciberjornalismo em Portugal, mencionando as suas três fases mais distintas. Para melhor perceber o jornalismo digital ou ciberjornalismo, serão expostas as principais potencialidades: a hipertextualidade, a multimedialidade, a interatividade, a simultaneidade ou instantaneidade, a memória, a ubiquidade e a personalização. Refletir-se-á ainda sobre as vantagens e desvantagens do ciberjornalismo, com maior foco no papel das redes sociais, nas *fake news*, no *clickbait* e na instantaneidade aliada a um “jornalismo de secretária”. Para finalizar, será feita uma reflexão sobre a globalização e os entraves ao jornalismo *online*, desde a dependência que os jornais têm das agências noticiosas à importância de dominar outras línguas.

### 4. Os primeiros anos do ciberjornalismo em Portugal

Os primeiros anos do jornalismo *online* em Portugal foram algo conturbados, no sentido em que ficaram marcados por avanços e retrocessos. O quarto capítulo deste relatório fará uma síntese dos doze anos do ciberjornalismo em Portugal que Bastos (2010) nomeou em três fases distintas: a implementação (1995-1998), a expansão ou “boom” (1999-2000) e a depressão seguida de estagnação (2001-2007). O foco incidirá maioritariamente sobre o jornal de máximo interesse neste relatório: o Diário de Notícias.

Sempre com o olhar no futuro, o jornal Diário de Notícias foi o terceiro diário generalista a colocar a sua edição diária na Internet (Bastos, 2010, p. 2). A data coincidiu com o seu 131º aniversário – 29 de dezembro de 1995 -, cerca de cinco meses depois do Jornal de Notícias e três depois do Público.

A fase inicial do ciberjornalismo em Portugal, a que Helder Bastos (2010) intitula de implementação e que se estende até 1998, caracteriza-se pelo seu caráter experimental, dominado pelo modelo *shovelware*: “os jornais abrem os respectivos *sites* para neles reproduzirem os conteúdos produzidos para a versão de papel, as rádios transmitem na Web o sinal hertziano, as televisões os seus telejornais”. Tratava-se, portanto, de um processo de cópia e colagem das matérias para a Internet, um “despejo direto na Web” (Bastos, 2010, p. 1).

Em termos de produtividade *online*, Portugal estava ainda muito aquém dos outros países. Segundo Paulo Querido, citado por Bastos (2010, p.3):

Se a modernização tecnológica de um país fosse mensurável pela quantidade de páginas de Web produzidas pelos seus habitantes, Portugal estava mais uma vez no fundo da tabela comunitária (e se fosse pela qualidade dessas páginas, o resultado seria o mesmo). Os quase dois mil «sites» debaixo do domínio.pt têm cerca de 55 mil páginas disponíveis, o que dá como média uma página por cada 180 cidadãos (depois de um período de arranque muito bom, em que os programadores portugueses rivalizavam com os internacionais, tudo voltou à estaca zero (Querido, 1997).

A fase seguinte, apelidada de “expansão ou ‘boom’”, não durou muito tempo (1999-2000). Neste período, nasceram e investiu-se em novos projetos, alguns direcionados somente para a Web (Bastos, 2010, pp.3-4).

Em julho de 1999, surgia o Diário Digital, o primeiro jornal nacional totalmente *online*, cujo objetivo incidia na atualização de informação 24 sobre 24 horas, de segunda a sexta-feira, noticiando todos os temas da atualidade. Um ano depois era criado o Portugal Diário, o seu mais direto concorrente.

A Lusomundo Serviços lançou, em abril de 2000, o portal Lusomundo.net, com o intuito de dar acesso aos conteúdos informativos portugueses na Internet do Jornal de Notícias, Diário de Notícias, Açoriano Oriental, Diário de Notícias da Madeira, TSFnoticias.com e do Grupo Lusomundo (Bastos, 2010, p.4).

Não tardou até que se instalasse a terceira e última fase do ciberjornalismo apontada por Helder Bastos: a da “depressão seguida de estagnação” (2001-2007), que resultou no “encerramento de *sites*, cortes em pessoal e redução das despesas”.

Em outubro de 2000, os diretores da Lusomundo.net demitiam-se. Alguns órgãos de comunicação social viram as suas redações reduzidas. No caso do Diário de Notícias, a fase de estagnação teve maior impacto no final de janeiro de 2003, quando o jornal mencionava o

“período de contenção” em que a sua informação *online* se encontrava. As perspetivas otimistas previam uma viragem em 2004, mas sem promessas. Alguns dos investimentos feitos no final dos anos 90 tiveram um grande impacto no jornal.

As dificuldades que o jornal teve de ultrapassar nesse mesmo ano prendiam-se com a decisão da PT Multimédia – da aquisição da Portugal Telecom do Grupo Lusomundo - de dar um fim à empresa responsável pelo *site* Lusomundo.net, devido à decisão de redução de custos. A reestruturação passava por distribuir os vários trabalhadores do *site* nos quadros da TSF, acabando por obrigá-los a assinar contratos de rescisão, o que não chegou a ter efeito, por reivindicação dos mesmos. (Bastos, 2010, p.7).

Apesar da sua fase mais negra, o Diário de Notícias mostrou algumas inovações técnicas desde setembro de 2001, ao reformular o *site* com o acesso a serviços interativos. O jornal empenhou-se na interatividade com os leitores através da subscrição de *newsletters* e com a criação da secção *Chat do dia* (Bastos, 2010, pp.8-9). Estes avanços foram o resultado de investimentos feitos pela Portugal Telecom, que na altura tinha adquirido o Grupo Lusomundo.

A partir de 2010, para além do *website*, o Diário de Notícias conta com uma versão do *site* para dispositivos *mobile*, um aplicativo disponível para iPhone, iPod, iPad e Android, uma aplicação de notícias para as *smart TVs* e ainda uma edição do jornal em formato digital - um *ePaper*. É possível encontrar o jornal Diário de Notícias nas plataformas Facebook, Twitter, Google+ e LinkedIn.

No dia 25 de maio de 2018, a rádio TSF publicou uma notícia<sup>8</sup> *online* que afirma que o Diário de Notícias vai passar a distribuir a edição em papel semanalmente, ao domingo. No entanto, a edição diária *online* mantém-se.

---

<sup>8</sup> Informação disponível no *site* da TSF em <https://www.tsf.pt/lusa/interior/dn-passa-a-ter-edicao-semanal-em-papel-ao-domingo-em-data-a-anunciar-9377980.html>, consultada no dia 7 de junho de 2018.

## 5. As potencialidades do ciberjornalismo

O quinto capítulo do relatório reúne contributos que pretendem ajudar a responder à pergunta: o que é o ciberjornalismo?. E, para o melhor compreender, fará uma breve síntese teórica das suas características: a hipertextualidade, a multimedialidade, a interatividade, a simultaneidade ou instantaneidade, a memória, a ubiquidade e a personalização. Estas serão sustentadas por vários autores, nomeadamente Bastos (2010) e Zamith (2011). Para além disso, serão usados exemplos práticos retirados do *site* do Diário de Notícias para melhor perceber onde e se se aplicam na secção *online* da instituição de acolhimento.

O ciberjornalismo, segundo Bastos (2010), é “o jornalismo produzido para publicações na Web por profissionais destacados para trabalhar, em exclusivo, nessas mesmas publicações”. O que, por condicionantes monetárias e de logística, nem sempre assim foi. Atualmente, os jornais já se encontram melhor preparados e possuem as ferramentas para fazer jornalismo na Internet. No caso do Diário de Notícias, a secção *online* da redação é composta por um grupo de jornalistas que trabalha somente para essa finalidade. Kawamoto, citado por Bastos (2010), define o ciberjornalismo de uma forma mais completa:

É uso de tecnologias digitais para pesquisar, produzir e distribuir (ou tornar acessível) notícias e informação a uma audiência crescentemente versada em computadores. Esta definição capta a histórica e importante função do jornalismo numa democracia, que é informar e esclarecer o público, e também têm em conta o desenvolvimento das ferramentas da profissão e as capacidades de literacia da audiência (Kawamoto, 2003, citado por Bastos, 2010, p.2).

As ferramentas a que Kawamoto se refere podem, segundo o mesmo, “ter impacto na forma como os jornalistas e as suas empresas jornalísticas procuram novos acontecimentos, movimentam informação de um lugar para o outro, constroem e organizam estórias, desenvolvem interfaces, e envolvem as suas audiências”.

Desta forma, o ciberjornalismo distingue-se do jornalismo tradicional pelo seu elemento de base, a tecnologia, que introduz novas potencialidades através de características que só a

partir da Internet se podem desenvolver. Estas características, que Zamith (2011) explica, são a hipertextualidade, multimedialidade, interatividade, simultaneidade (ou instantaneidade), memória, ubiquidade e personalização.

### 5.1. Hipertextualidade

A hipertextualidade define-se como a capacidade de oferecer informação sobre a informação, interligando textos entre si (Bardoel & Deuze, 2001). No ciberjornalismo, esta informação é fornecida através de *links* já existentes na Internet, como *links* de memórias ou documentais, ou através de textos de opinião “e complementações agregadas através das opções de interatividade para os leitores/usuários” (Palacios et al., 2011, p. 37). Esta ferramenta oferece ao utilizador a opção de adquirir conhecimentos e conteúdos extra, se assim o desejar.

E, através do sistema de hipertexto, essa consulta [de qualquer documento que um órgão de informação entenda que deva dar a conhecer aos utilizadores] torna-se facultativa para o utente, que, conforme o seu interesse, pode facilmente optar por fazê-la e aprofundar a sua informação ou ignorá-la sem prejuízo do consumo do resto da matéria (Vieira, 2007, p. 177).

No extrato que se segue (figura 2), retirado do artigo “O frigorífico do planeta está com a porta aberta” do *site* do Diário de Notícias, estão presentes duas hiperligações. Uma delas, o relatório anual, encaminha o utilizador para o *site* da Administração Oceânica e Atmosférica Nacional dos Estados Unidos da América (NOAA), onde se encontra o documento em questão. Já o segundo *link* transporta o leitor para uma das fontes consultadas para a escrita do artigo. Neste caso, a notícia foi lida primeiro no jornal britânico The Guardian.

O [relatório anual](#), de 93 páginas, divulgado esta terça-feira pela Administração Oceânica e Atmosférica Nacional dos Estados Unidos da América (NOAA) e elaborado por 85 cientistas, revelou que a temperatura da água do mar tem vindo a aumentar e o gelo está a perder espessura, com valores nunca antes vistos nos últimos 1.500 anos.

A investigadora da NOAA Emily Osborne, citada pelo [The Guardian](#), afirma, na apresentação do estudo, que cerca de 79% do gelo do Ártico é fino e com apenas um ano. Em 1985, 45% do gelo era espesso e mais antigo.



**Figura 26:** Exemplo de hipertextualidade retirado do artigo “O frigorífico do planeta está com a porta aberta” no *site* do Diário de Notícias



Figura 27: Página do relatório anual de 2017 do site da Administração Oceânica e Atmosférica Nacional dos Estados Unidos da América (NOAA)



Figura 28: Artigo sobre o Ártico no site do jornal britânico The Guardian

### 5.2. Multimedialidade

O conceito de multimedialidade aparece no ciberjornalismo quando convergem os formatos dos média tradicionais, isto é, imagem, texto e som, na narração jornalística (Bardoel & Deuze, 2001).

A multimedialidade aparece no site do Diário de Notícias através das fotogalerias e dos vídeos – divididos por secções -, assim como da junção de imagens e vídeos diretamente nos artigos.



Figura 29: Fotogalerias no site do Diário de Notícias



Figura 30: Os vídeos no site do Diário de Notícias

Zamith (2011) conclui que o conceito de multimedialidade é o que apresenta uma maior capacidade de adaptação à nova plataforma jornalística e o mais evidente entre os teóricos que estudam o tema.

A possibilidade de associação entre hipertexto e multimédia, comumente designada hipermédia, tem sido destacada por vários autores (Pavlik, 2001; Dias Noci & Salaverría, 2003; Bastos, 2005) como uma muito interessante potencialidade jornalística, por permitir a criação de uma narrativa mais rica e mais contextualizada (Zamith, 2011, p.33).

### 5.3. Interatividade

Quando Zamith (2011) introduz o conceito da interatividade, refere-se à interação humana entre dois ou mais seres humanos e não entre o jornalista e a máquina. Trata-se, por isso, de um processo de resolução de problemas em conjunto.

Segundo Bardoel e Deuze, a notícia *online* resulta num envolvimento direto com o leitor/utilizador, uma vez que faz com que este se possa sentir parte do processo de produção (2001). Seja através da correção de erros, do envio de *emails* às redações ou jornalistas, publicação de informações, notícias ou reportagens – sejam estas textuais, fotográficas e/ou em vídeo -, de fóruns de discussão, salas de comunicação instantânea, inquéritos ou votações

de conteúdos. Os dois comentários seguintes, extraídos de um artigo<sup>9</sup> do *site* do Diário de Notícias, exemplificam a “interação humana” que Zamith (2011) menciona. Devido aos comentários dos leitores, foi possível corrigir gafes ao longo da notícia.



**Figura 31:** Comentários extraídos do artigo intitulado “Jovem declara-se ao namorado nas redes sociais depois de o matar: “Amo-te para sempre””

Este conceito gera ainda alguma polémica, nomeadamente no que diz respeito à possibilidade de publicação de conteúdos criados por utilizadores. O debate gira em torno de questões relacionadas com a qualidade e o papel do jornalismo e dos jornalistas.

#### 5.4. Simultaneidade ou Instantaneidade

A instantaneidade é uma das grandes novidades do ciberjornalismo, à qual grande parte dos “periódicos” aderiu. Este conceito, segundo Zamith (2011), permite a publicação instantânea de “qualquer conteúdo jornalístico (mesmo o menos relevante e/ou urgente) sem ter de esperar pela hora do noticiário radiofónico ou televisivo” ou pela distribuição do jornal impresso.

Esta característica, embora não fosse usada com frequência, era já uma possibilidade para os meios de comunicação audiovisuais. Com a chegada da Internet e o surgimento do jornalismo na rede, o leitor viu-se rodeado de uma grande quantidade de informação impossível de ser absorvida na sua totalidade. Assim, o imediatismo permite aos jornais ultrapassarem a concorrência e aumentarem as visualizações.

---

<sup>9</sup> O artigo completo encontra-se no capítulo Anexos

A instantaneidade assume importância especial na cobertura noticiosa tanto de factos imprevistos (como acidentes, catástrofes naturais ou atentados) como de acontecimentos programados (competições desportivas, conferências de imprensa, sessões de bolsa, congressos ou outro tipo de eventos) (Zamith, 2011, p.35).



Figura 32: Exemplo de um “em direto” e “última hora” no *site* do Diário de Notícias

No *site* do Diário de Notícias, as notícias “em direto” aparecem acima da manchete do jornal, como mostra a figura 32. O exemplo em questão trata-se de um relato escrito de um jogo de futebol entre as equipas Futebol Clube do Porto e Vitória de Guimarães. Ao entrar na notícia, é possível acompanhar a competição ao minuto.



Figura 33: Exemplo de uma notícia acompanhada ao minuto

Ainda na figura 32, abaixo do artigo “em direto”, encontra-se uma notícia de “última hora”, em que se lê “Norte-coreanos vão desmantelar local de testes nucleares em duas semanas”. Como o artigo está inacabado, ao clicar no *link*, o leitor depara-se com uma nota informativa que diz “em atualização” (figura 34).

#### Em atualização

A Coreia do Norte vai desmantelar o local onde faz testes nucleares nas próximas semanas, apontando para uma data entre 23 e 25 de maio, referiram este sábado os media estatais norte-coreanos.

Explica a Reuters que as operações vão envolver o colapso de túneis através de explosões, o bloqueio de entradas e a remoção de todas as estruturas de observação, segurança e pesquisa.

**Figura 34:** Exemplo de uma notícia de “última hora”

O conceito de instantaneidade coloca algumas dúvidas quanto à sua autenticidade, uma vez que a pressão e a competitividade para publicar em primeiro resulta, muitas vezes, “em erros crassos e perda de credibilidade” (Bastos, 2013, p.7).

É extensa a lista de esparrelas noticiosas em que caíram reputados média noticiosos internacionais por quererem acompanhar, ou mesmo competir, com a instantaneidade viral de fenómenos como o *Twitter*. A cultura do *deadline* contínuo foi conquistando terreno e instalou-se em definitivo no ciberjornalismo, acabando por absorver grande parte das energias e tempos de trabalho dos ciberjornalistas. A par de outros factores, a concentração de esforços na instantaneidade cria condições para a diminuição do rigor e o aumento da superficialidade (Bastos, 2013, p. 7).

### 5.5. Memória

Na Internet, não há limite de informação, o que significa que também não o há no ciberjornalismo. Assim sendo, o cibermeio permite que qualquer informação possa ser arquivada e recuperada.

O jornal norte-americano New York Times é um bom exemplo deste conceito, cujo conteúdo do *site* remonta à sua fundação, em 1851, através da digitalização das diversas edições impressas.

Os modelos de recuperação de informação podem ser abertos, fechados e guiados (Zamith, 2011). O primeiro permite uma recuperação “sem nenhum limite textual” (Zamith, 2011, p.37), em que o utilizador recorre a motores de busca, inclusive externos, como o Google (o caso do jornal britânico The Guardian) ou formulários fechados. No caso dos modelos fechados, é oferecido ao leitor apenas um critério de recuperação. Quanto aos modelos guiados, o utilizador é orientado pelo cibermeio “através da informação disponível, nomeadamente convidando-o a aceder a conteúdos sobre o tema que está a visualizar, mas a consulta pode estar limitada a dois ou três critérios” (Zamith, 2011, p.37).

Esta ferramenta permite ao leitor rever artigos quando quiser e quantas vezes forem necessárias, o que não é possível no jornalismo tradicional com tanta facilidade.

### 5.6. Ubiquidade

O carácter universal da Internet possibilitou que as notícias passassem a ser lidas por todos os utilizadores que a esta acedem, a nível mundial, (Zamith, 2011). Aliado ao fenómeno dos *smartphones* ou *tablets*, que vincam a sua ubiquidade, os ciberjornalistas passaram a publicar para uma audiência que já não está limitada pela geografia.

Alguns cibermeios já perceberam o potencial desta característica da Internet, fornecendo conteúdos em mais do que uma língua, substituindo as referências a “hoje”, “ontem” e “amanhã” pelos respetivos dias da semana (evitando confusões causadas pelos diferentes fusos horários), criando nas redações turnos noturnos ou tirando partido da diferença horária de

delegações em distintos pontos do planeta, o que permite atualizações com material próprio (e não apenas com o habitual recurso a notícias de agências) 24 horas por dia (Zamith, 2011, p.36).

Esta potencialidade prevalece, principalmente, em jornais internacionais, como o *The Guardian*, cuja audiência já não se limita ao Reino Unido, uma vez que dois terços está repartida igualmente pelos Estados Unidos e em todo o mundo (Zamith, 2011, p. 36).

O jornal digital chinês, *China Daily Sites*, é outro exemplo do impacto da globalização, cujo *site* tem a opção de ser traduzido para outras línguas, como o inglês e o francês.

### **5.7. Personalização**

Esta noção prende-se diretamente com os interesses e necessidades do utilizador. Canavilhas (2001) explica que “o webjornal pode transformar-se num informativo pessoal que embora disponibilize a informação mais importante a cada momento, garanta uma primeira página onde se destaquem as áreas de interesse do utilizador” através de “*cookies* ou escolhas feitas pelo utilizador na hora da assinatura do serviço” (2001, p.6). A personalização da informação passa também por modificações relativamente aos tipos de letra, cores de fundo, seleção de conteúdos, escolha de conteúdo consoante localidade e envio de informação (Zamith, 2011, p. 38).

## 6. Vantagens e desvantagens do jornalismo *online*

O estágio na secção *online* do Diário de Notícias serviu para comprovar as vantagens do ciberjornalismo, mas também para perceber melhor as desvantagens que a ele se associam. Este capítulo abordará algumas das potencialidades do jornalismo *online* e refletirá sobre os aspetos negativos que lhe estão associados, nomeadamente as notícias falsas, o *clickbait*, a dependência dos meios de comunicação às agências noticiosas no cibermeio e ainda o papel das línguas na produção de textos.

A memória como característica do ciberjornalismo oferece-lhe uma grande vantagem que só seria possível com o apoio das novas tecnologias. Ao invés de percorrer página a página até encontrar um artigo, a existência de um motor de pesquisa permite o fácil acesso ao arquivo de um jornal apenas pelo uso de uma palavra-chave.

O próprio meio em que o jornalismo *online* se insere, a Internet, é uma enorme vantagem para o pôr em prática. Isto porque permite ao ciberjornalista consultar outras fontes e obter dados relevantes para o seu trabalho à distância de um clique (Barbosa, 2011). Consequentemente, o aparecimento do jornalismo no cibermeio tornou a informação muito mais acessível a um grande número de utilizadores (quase metade da população mundial utiliza a internet)<sup>10</sup>. O seu fácil alcance está também associado ao preço: ler as notícias através do computador, ou de dispositivos móveis é mais barato ou mesmo grátis (no caso dos utilizadores que não assinam nenhum jornal).

Para Barbosa (2001, p.4) a interatividade é uma mais-valia no jornalismo *online*, uma vez que permite interação entre os leitores e entre estes e os jornalistas, em tempo real. Para uma maior divulgação de opiniões, a autora refere a existência de sondagens de opinião criadas por muitos jornais, mas cujos resultados:

Servem apenas como indicação, uma vez que aspectos importantes neste tipo de consulta não são tidos em conta, como é o caso da escolha da amostra e ainda a possibilidade de uma mesma pessoa ou grupo votarem repetidamente para influenciarem o resultado final (Barbosa, 2001, p.4).

---

<sup>10</sup> Informação disponível no *site* Internet Live Stats em <http://www.internetlivestats.com/internet-users/>, consultada no dia 7 de junho de 2018.

A interação entre leitor e jornalista torna-se também direta através do correio eletrónico. Canavilhas (2001) defende que, ao contrário do jornalismo impresso, em que um leitor teria que enviar uma carta para a redação e esperar alguns dias até que esta fosse entregue, o que significaria que o assunto em questão poderia perder a atualidade, no ciberjornalismo um leitor pode enviar um *email* ao jornalista e estabelecer uma relação imediata. Segundo Canavilhas, “no webjornalismo<sup>11</sup> a notícia deve ser encarada com o princípio de algo e não um fim em si própria”, porque ter diferentes pontos de vista numa notícia enriquece-a e “um maior número de comentários corresponde a um maior número de visitas, o que é apreciado pelos leitores” (2001, p. 3). Através de um estudo realizado pelo Media Effects Research Laboratory em que participantes leram notícias por um editor de notícias de um jornal, um computador e outros intervenientes na experiência e classificaram os conteúdos analisados, concluiu-se que uma maior interatividade e participação reflete-se em maior confiabilidade e credibilidade (Canavilhas, 2001).

Ao jornalista da secção *online* exige-se que tenha os conhecimentos básicos para trabalhar com programas de edição de imagem, som e vídeo, o que para alguns jornalistas pode ser um desafio e implica formações específicas para aprendizagem das novas tecnologias e dos programas de trabalho.

Mas a existência de várias componentes ligadas a uma notícia, como o som, tem um poder vantajoso no que diz respeito à inclusão de pessoas com deficiência visual. Um dos pontos positivos da existência de som numa webnotícia, segundo Canavilhas (2001), é a de que esta “permite ainda que a notícia “lida” possa ser disponibilizada numa secção do webjornal exclusivamente dedicada a invisuais” (2001, p. 6).

As hiperligações são uma forma positiva de cativar os leitores e mantê-los interessados durante mais tempo, se assim o desejarem. E esta é uma das grandes diferenças relativamente ao jornalismo impresso. Tendo em conta a minha entrevista ao humorista português Pedro Teixeira da Mota, o facto de o conteúdo digital estar ao alcance do leitor é uma mais-valia. Enquanto no papel o leitor tem que ir em busca dos conteúdos digitais voluntariamente (como

---

<sup>11</sup> Canavilhas defende o uso do conceito *webjornalismo*, que vai para além do jornalismo online (que se limita a transpor para um novo meio os conteúdos do jornalismo escrito, radiofónico e televisivo), uma vez que “pode explorar todas as potencialidades que a internet oferece, oferecendo um produto completamente novo: a webnotícia”.

os podcasts, vídeos, página do facebook, instagram), quando o artigo é publicado no *site*, estes recursos estão à distância de um clique. Se fosse no papel, a probabilidade de o leitor se esquecer ou simplesmente não se dar ao trabalho de pesquisar pelo trabalho do entrevistado era maior.

### **6.1. O papel das redes sociais**

As redes sociais têm um grande impacto no jornalismo digital. Um dos seus papéis prende-se com a ideia de jornalismo participativo. No entanto, este conceito não teve início com o aparecimento da Internet, uma vez que já era uma realidade no jornalismo tradicional, através de interação por carta, telefone ou presencialmente. Segundo Aroso, “este é um fenómeno que, não sendo novo, ganhou novos contornos com a Internet e com a facilidade de acesso às ferramentas de produção, publicação, cooperação e partilha de informação” (2013, p.2).

Atualmente, o leitor pode participar nas notícias através de “comentários, *blogs*, fóruns, redes sociais, *chats*, envio de fotografias, vídeos ou textos” (Aroso, 2013, p.3). Jornalismo participativo significa que deixa de existir uma linha entre a produção das notícias e a sua leitura. Para além das suas vantagens, como a possível correção de erros jornalísticos, debate público, maior confiança nos *media* por parte dos utilizadores, novas perspetivas dos acontecimentos e uma aproximação entre o jornalista e o leitor, existem alguns aspetos negativos que limitam esta vertente jornalística. A qualidade da informação é posta em causa, uma vez que “os cidadãos não têm formação sólida em métodos e valores jornalísticos, surgindo “notícias” sem interesse, não verdadeiras, inexatas e até mesmo ofensivas” (Aroso, 2013, p.5). A autora menciona ainda a falta de credibilidade gerada pela falta de controlo da informação, porque “é difícil saber o que é verdadeiramente notícia e não mera opinião ou especulação” (Aroso, 2013, p.5).

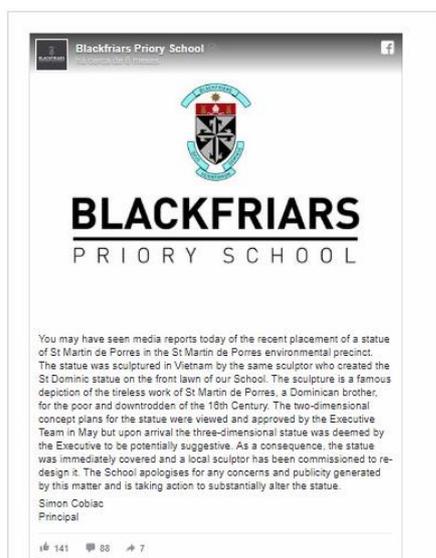
Canavilhas (2010) defende que as redes sociais e os blogues “alteraram profundamente as rotinas de produção noticiosa, estando hoje perfeitamente integradas na atividade jornalística, sobretudo em duas fases cruciais do processo de produção jornalístico: a recolha de informação e a distribuição de notícias” (2010, p. 3).

Para explicar o ponto relativo à recolha de informação, recorrer-se-á a um artigo publicado no *site* do Diário de Notícias, em que foi necessário fazer uma pesquisa na rede social Facebook para extrair um documento pertinente para a história. A notícia relata um acontecimento na

Austrália, em que uma estátua foi retirada de uma escola por ter sido interpretada por alguns como uma mensagem de cariz sexual.

Uma escola católica australiana cobriu e decidiu retirar uma estátua de um santo por esta poder ser potencialmente sugestiva. A imagem, colocada no pátio da Blackfriars Priory School em Adelaide, representa o santo peruano Martinho de Porres a dar uma fatia de pão a um jovem rapaz. No entanto, o modo como a figura estende o pão, a pouca distância do corpo, levou algumas pessoas a atribuírem à obra uma conotação sexual (Diário de Notícias, 22 de novembro de 2017).

A par do incidente, foi escrito um texto pela instituição a lamentar o sucedido: “a escola pediu desculpa pela situação e explicou que a estátua, da autoria de um artista vietnamita que já fizera outros trabalhos para a instituição, vai ser refeita por um outro artista” (Diário de Notícias, 22 de novembro de 2017). Este texto foi publicado no Facebook da Blackfriars Priory School, o que tornou o acesso a esta plataforma indispensável no artigo e ao qual se juntou uma hiperligação da publicação original, para além de uma citação.



**Figura 35:** Publicação do Facebook da escola australiana no artigo no *site* do Diário de Notícias

Ainda no mesmo artigo foram adicionadas algumas reações de utilizadores relativamente à imagem da estátua e que serviu para comprovar a polémica que esta criou.

Nas redes sociais multiplicaram-se as reações ao episódio.

No tweet seguinte pode ler-se: "Uma escola católica em Adelaide teve de tapar esta estátua de um santo a dar pão a um jovem rapaz, dou-te uma pista do porquê".

Algumas pessoas mostraram divertimento em relação ao sucedido, "[a estátua] tem sido descrita como "sugestiva". "Genial" seria melhor..." (Diário de Notícias, 22 de novembro de 2017).



**Figura 36:** Publicação do Twitter no artigo no *site* do Diário de Notícias

As redes sociais também podem ser um meio de atrair novos leitores. O Facebook, por exemplo, permite aos órgãos de comunicação chegar a um maior número de utilizadores, aumentando a probabilidade de visualizações nos respetivos *sites* de informação. Assim, as redes sociais não funcionam apenas como espaços de lazer, mas transformam-se numa rede de informação e fonte de negócio.

Canavilhas (2010) refere dois níveis de *gatekeeping*<sup>12</sup> que advêm da filtragem de informação nas redes. O primeiro refere-se à seleção por parte dos jornalistas dos acontecimentos que devem ser noticiados, “um processo motivado pela escassez de espaço nas páginas dos jornais e nos serviços informativos radiofónicos e televisivos” (2010, p.4).

No entanto, esta limitação do espaço não se aplica ao *online*, onde existe uma maior liberdade de escrita, tanto no que diz respeito ao número de notícias publicadas, como ao tamanho do conteúdo. O autor argumenta que “esta disponibilidade espacial tendencialmente infinita acaba por se transformar num potencial obstáculo para os leitores, pois a cada segundo que passa são disponibilizadas milhares de notícias na Web” (2010, p.4). E não só textos gerados pelos órgãos de comunicação social, mas também por empresas, instituições, blogues e conteúdos em *sites* e nas redes sociais. De forma a canalizar tanta informação, os meios de comunicação recorreram aos leitores de *feeders*, às *tags* e aos artigos relacionados.

O segundo nível de *gatekeeping* ajuda a filtrar ainda mais a grande quantidade de informação que circula pela Internet. Neste caso, a canalização não é feita pelo jornalista, mas pelos utilizadores de referência, que vão “indicar pistas de leitura” (Canavilhas, 2010, p.5).

Bruns (2003) define estes utilizadores como *gatewatchers*, que escolhem quais as notícias que pretendem partilhar e comentar com os que os rodeiam (os amigos no Facebook e os seguidores no Twitter). Não obstante, estes não têm o poder de decidir quais as notícias que são publicadas, mas sim quais desejam destacar, publicando os *links* dos artigos: “gatewatchers fundamentally *publicise* news (by pointing to sources) rather than *publish* it (by compiling an apparently complete report from the available sources)” (Bruns, 2003, s/n).

## 6.2. Fake news

A falta de controlo de informação, referida no capítulo anterior por Aroso (2013), vai ao encontro de outra grande desvantagem do jornalismo *online*: as *fake news* ou notícias falsas. Apesar de esta já ser uma realidade no jornalismo tradicional, com a Internet tornou-se muito mais frequente: “today, rumors and unverified information make their way online and quickly

---

<sup>12</sup> Este conceito define-se pelo processo de seleção e filtragem de notícias até estas serem transmitidas pelos *media* (Thurman, 2015).

find an audience. It happens faster and with a degree of abundance that's unlike anything in the history of journalism or communication" (Silverman, 2016, p.18).

As *fake news* podem definir-se como rumores ou notícias que não apresentam factos, mas que como são difíceis de identificar, podem enganar os leitores.

At its best, rumor is the canary in the coal mine, the antecedent to something big. But it can also be the early indicator of a hoax, a misunderstanding, or a manifestation of the fears, hopes, and biases of a person or group of people (Silverman, 2016, p.19).

As notícias falsas distinguem-se daquelas cuja falsidade é reconhecível, como o caso das sátiras. E mesmo pelo facto de serem facilmente confundidas com sátiras, paródias, publicidade e propaganda, Wardle e Derakhshan (2017) defendem que o termo *fake news* não é o mais correto para explicar o que chamam de *information disorder*. Os autores sugerem, assim, três conceitos definidos pelo Facebook: *information (or influence) operations* (ações tomadas por governos ou atores não-estatais com o intuito de manipular a opinião pública para alcançarem um resultado estratégico), *false news* (artigos que contêm informações intencionalmente falsas, mas que fingem ser factuais, de forma a atrair utilizadores) e *false amplifiers* (atividades orientadas por contas não verificadas com o objetivo de manipular discussão política).

Wardle e Derakhshan (2017) distinguem três tipos de *information disorder*: *dis-information*, *mis-information* e *mal-information*. No primeiro conceito encontra-se a informação que é falsa e criada propositadamente para prejudicar uma pessoa, um grupo social, uma organização, ou um país. O segundo termo prende-se com a informação que é falsa, mas cujo intuito não é o de causar danos. O último conceito refere-se a informação baseada na realidade e que pretende prejudicar uma pessoa, uma organização ou um país (2017, p.20).

Os "conteúdos falsos e desinformação tornam-se *fake news* em virtude do alcance", isto é, quanto maior for o público que interage, partilha e testemunha estas notícias, mais difícil se torna a sua contestação (Delmazo e Valente, 2018, p. 157). E as notícias falsas devem muito do seu alcance às redes sociais: "[unclear information] it's a result of the holy trinity of

widespread Internet access, the explosion of social networks, and the massive market penetration of smartphones” (Silverman, 2016, p.18).

Segundo um estudo realizado pela Marktest, intitulado *Os portugueses e as redes sociais 2015*, 54,8% dos portugueses usavam as redes sociais em 2015, dentro dos 65,4% que usam a Internet. Este valor mostra que o número de utilizadores de redes sociais triplicou desde 2008, em que a percentagem era de 17,1% (Observador, 2016).

Dentro das redes sociais, o Facebook era a mais usada (93,6%), seguindo-se o Youtube (41,4%), o Google + (40,2%), o LinkedIn (37,3%), o Instagram (28,9%) e o Twitter (23,6%). Quanto às funcionalidades, 78,1% dos portugueses utiliza as redes sociais para enviar e receber mensagens e 67,7% para visualizar vídeos (tarefa com uma tendência para crescer, segundo o líder do estudo). As redes sociais são igualmente usadas pelos portugueses para comentar publicações de amigos (67,6%) e para conversar através do *chat* (64,4%). Com uma percentagem de 61,5% segue-se a leitura de notícias em *sites* de informação e com 54,6% a partilha de *links* de artigos. Estes últimos valores mostram que a percentagem de portugueses que usam as redes sociais com o objetivo de se informarem e discutirem artigos é significativa.

O caso é idêntico nos Estados Unidos da América, onde 67% dos americanos admitem obter algumas notícias através das redes sociais, segundo um estudo levado a cabo pelo Pew Research Center em 2017<sup>13</sup>. Em 2012<sup>14</sup>, a percentagem de americanos que lia as notícias nas redes sociais era de 49%. Dentro do grupo de respondentes que admitia ler as notícias nas redes sociais, 18% fazia-o com frequência, 26% às vezes e 18% lia as notícias nas plataformas raramente. As redes sociais de eleição para ler as notícias sofreram algumas alterações de 2016 para 2017, sendo que o Twitter, o Youtube e o Snapchat cresceram significativamente. No entanto, o Facebook continua a ser a rede social mais utilizada para ler as notícias (45% dos 66% que usam o Facebook), seguindo-se o Youtube (18% em 58%), o Twitter (11% em 15%) e o Instagram (7% em 26%).

E é nas redes sociais que muitas vezes os utilizadores são confrontados com as *fake news*, ou notícias falsas. Guess, Nyhan e Reifler (2018) realizaram um estudo sobre o consumo de *fake*

---

<sup>13</sup> Informação disponível no *site* Pew Research Center em <http://www.journalism.org/2017/09/07/news-use-across-social-media-platforms-2017/>, consultada no dia 7 de junho de 2018.

<sup>14</sup> Informação disponível no *site* Pew Research Center em <http://www.journalism.org/2016/05/26/news-use-across-social-media-platforms-2016/>, consultada no dia 7 de junho de 2018.

*news* durante a campanha presidencial americana de 2016 e concluíram que o Facebook teve um papel fulcral na disseminação de notícias falsas, direcionando os seus utilizadores para *websites* onde estas se encontram. Tendo em conta o elevado número de consumidores de notícias através das redes sociais, a probabilidade de se depararem com este tipo de notícias é ainda maior. De facto, um outro estudo da Pew Research Center<sup>15</sup> revelou que 64% dos americanos mostraram-se confusos em relação a factos básicos devido às *fake news*. Apenas 11% responderam ficar nada ou muito pouco confusos. O estudo mostrou ainda que 32% deparam-se muitas vezes com notícias inventadas e 39% de vez em quando. Cinquenta e um por cento dos americanos revela deparar-se com notícias políticas pouco exatas e 27% algumas vezes. No que toca à partilha de *fake news*, 16% refere ter partilhado notícias políticas que mais tarde descobriram serem falsas, 14% confessa ter partilhado notícias falsas conscientemente e 23% diz ter feito ambas, ou uma das anteriores. Dentro do grupo que partilhou notícias falsas ciente da sua imprecisão fê-lo pela vontade de espalhar informações falsas, ou para chamar atenção à inexatidão das notícias.

Estes valores mostram que mais de metade dos americanos obtém as notícias através das redes sociais, uma percentagem que tem vindo a aumentar ao longo dos anos. O número de pessoas que consomem notícias falsas é significativo e tem um grande impacto na sua perceção dos factos reais, uma vez que mais de metade dos americanos envolvidos num dos estudos mostraram-se confusos devido às *fake news*. É possível verificar que algumas das pessoas que se deparam com notícias falsas são as mesmas que as partilham, sendo que em alguns casos de forma consciente. Os objetivos oscilam entre o prazer em propagar informações erradas e entre alertar para a falsidade das histórias.

As notícias falsas tomaram novas proporções com a emergência da Internet, uma vez que a edição e publicação de conteúdos tornou-se mais acessível e barata. Assim, qualquer pessoa consegue criá-los e divulgá-los. Por causa das redes sociais o consumo de informação tornou-se público e o imediatismo permitiu uma maior rapidez de disseminação de conteúdos, que são transmitidos e partilhados em tempo real entre utilizadores (Wardle e Derakhshan, 2017).

---

<sup>15</sup> Informação disponível no *site* Pew Research Center em <http://www.journalism.org/2016/12/15/many-americans-believe-fake-news-is-sowing-confusion/>, consultada no dia 7 de junho de 2018.

Popular social networks make it difficult for people to judge the credibility of any message, because posts from publications as unlike as the New York Times and a conspiracy site look nearly identical. This means that people are increasingly reliant on friends and family members to guide them through the information ecosystem (Wardle e Derakhshan, 2017, p.12).

Em 2016, durante a campanha presidencial dos Estados Unidos da América, espalhou-se pelas redes sociais um rumor de que Hillary Clinton e o seu diretor de campanha, John Podesta, estariam envolvidos numa rede de prostituição infantil. O local do crime seria o restaurante Comet Ping Pong, no bairro de Chevy Chase, em Washington, nos Estados Unidos da América. Os rumores e teorias tiveram início na rede social Reddit e espalharam-se pelo Facebook, Twitter, Instagram e Youtube. Ainda nas redes sociais, o dono do restaurante era alvo de ódio, insultos como “pedófilo” e várias ameaças. Também o dono de outro restaurante na zona recebeu mensagens negativas. A 4 de dezembro de 2016, perante o rumor de abusos sexuais infantis, Edgar Welch, um homem de vinte e oito anos deslocou-se desde Carolina do Norte até ao Comet Ping Pong para investigar o caso que na Internet era apelidado de *#PizzaGate*. Welch, que entrou no estabelecimento armado, não encontrou nenhuma rede de prostituição infantil e acabou por se entregar à polícia (Mihailidis e Viotty, 2017). O rumor foi desmentido pelo jornal Washington Post<sup>16</sup>.

Este episódio serve como exemplo das repercussões que uma notícia falsa pode ter e que não depende apenas dos meios de comunicação, mas também das audiências, que alteram, de certa forma, a maneira como a informação flui. Mihailidis e Viotty (2017) afirmam que “rarely do such rumors culminate in a physical standoff involving weapons, but the emergence of the fake news phenomenon has had a considerable impact on the perceived credibility of our media systems, and democracy in general” (2017, p.444).

A grande dúvida subsiste na forma de eliminar *fake news*, uma vez que a sua extinção vai de encontro à questão da liberdade de expressão. Segundo Delmazo e Valente (2018), após ter sido acusado de intervenção na eleição de Donald Trump, o Facebook anunciou várias

---

<sup>16</sup> Informação disponível no site Washington Post em [https://www.washingtonpost.com/local/pizzagate-from-rumor-to-hashtag-to-gunfire-in-dc/2016/12/06/4c7def50-bbd4-11e6-94ac-3d324840106c\\_story.html?utm\\_term=.5e5020989b2d](https://www.washingtonpost.com/local/pizzagate-from-rumor-to-hashtag-to-gunfire-in-dc/2016/12/06/4c7def50-bbd4-11e6-94ac-3d324840106c_story.html?utm_term=.5e5020989b2d), consultada no dia 7 de junho de 2018.

medidas para prevenir as notícias falsas: barreiras nos anúncios de publicações falsas, possibilidade de denúncia deste tipo de notícias e *fact checking*. Em janeiro de 2018, o criador do Facebook, Mark Zuckerberg, escreveu na sua página<sup>17</sup> da plataforma que uma nova atualização se encontrava em funcionamento que priorizava as notícias credíveis, informativas e locais.

There's too much sensationalism, misinformation and polarization in the world today. Social media enables people to spread information faster than ever before, and if we don't specifically tackle these problems, then we end up amplifying them. That's why it's important that News Feed promotes high quality news that helps build a sense of common ground (Zuckerberg, 2018).

Também a Google adotou medidas para contribuir para um jornalismo autêntico, apoiando, por exemplo, a First Draft News<sup>18</sup>, um projeto que visa combater as notícias falsas. Para além disso, adotou um sistema de verificação de factos com cento e quinze organizações parceiras da empresa: após uma pesquisa no motor de busca, surge na página de resultados um selo de verificação mostrando se essas organizações já assinalaram a veracidade ou falsidade do conteúdo em questão (Delmazo e Valente, 2018). Entre outras funcionalidades, é ainda possível instalar uma extensão que avisa o utilizador se o *site* que está a ser navegado é propício para a publicação de notícias falsas.

Governos e órgãos estatais, assim como organismos internacionais criaram obstáculos para a disseminação de *fake news*. Nomeadamente o parlamento alemão, que aprovou uma lei em 2017 que dita que as plataformas *online* podem pagar multas de até cinquenta milhões de euros no caso de manterem conteúdos ilegais. O objetivo é o de “derrubar publicações em até vinte e quatro horas após a notificação” (Delmazo e Valente, 2018, p. 165).

No caso da Alemanha, a medida adotada vai de encontro a uma questão fundamental indispensável numa sociedade democrática: a liberdade de expressão. Isto porque ao decidir

---

<sup>17</sup>Informação disponível no perfil do Facebook de Mark Zuckerberg em <https://www.facebook.com/zuck/posts/10104445245963251>, consultada no dia 7 de junho de 2018.

<sup>18</sup> Informação disponível no *site* First Draft em <https://firstdraftnews.org/>, consultada no dia 7 de junho de 2018.

os conteúdos que se mantêm e os que são eliminados, está a censurar informação, ainda que esta seja ilegal.

Embora tenha como objetivo suprimir conteúdos ilegais, ela confere às plataformas – vale forçar, entidades privadas – uma prerrogativa perigosa de definir o que vai ser retirado e o que pode ser mantido (...) Restrições legais devem ser elaboradas para combater a desinformação, mas sem perder de vista o desafio de respeitar a liberdade de expressão (Delmazo e Valente, 2018, p. 166).

### **6.3. Clickbait**

Os títulos dos artigos apresentam uma relevância bastante significativa, pois é a primeira abordagem que o público tem de uma notícia. Mas com o jornalismo *online*, a disseminação das redes sociais e a necessidade de obtenção de lucro, os artigos têm vindo a focar-se cada vez mais num único objetivo: os cliques. Mas um maior número de partilhas, gostos, comentários e cliques não se reflete numa boa notícia. Na verdade, muitas das vezes os artigos mais populares e virais, como foi demonstrado no capítulo do estágio, não são os melhores em termos temáticos ou de relevância. O *clickbait*, traduzido à letra, é o isco ao clique. E, na maioria das vezes, o título de um artigo é o fator determinante no interesse de um utilizador relativamente a uma notícia. De forma a gerar mais cliques, alguns jornais têm a tendência de escrever títulos atraentes num sentido sensacionalista. Muitas das vezes, os títulos usados não acrescentam informações novas a uma notícia.

A página de Facebook “Truques da Imprensa Portuguesa” é um projeto anti-*clickbait* e anti *fake news* que visa desmistificar notícias e denunciar títulos enganadores. O exemplo abaixo refere-se a uma notícia de janeiro do jornal Expresso que no título se lê: “Portugal envolvido na polémica dos insultos de Trump”. A página do Facebook reage ao título do jornal, afirmando que “Portugal não foi “envolvido” em polémica nenhuma” e explica o que realmente aconteceu:

Trevor Noah, apresentador do programa de sátira política Daily Show, para ilustrar o seu argumento de que o presidente americano é racista,

questionou porque é que Donald Trump falou na Noruega e não, por exemplo, em Portugal. O nosso país foi assim mencionado como parte de uma piada, mas podia ter sido Espanha, Itália, Grécia, etc...enfim, qualquer país que não fosse tão imediatamente identificado com pessoas de pele e cabelos claros. Não houve nada de específico sobre Portugal, os nossos costumes, as nossas características. Calhou ser Portugal o exemplo na piada (Os Truques da Imprensa Portuguesa, Facebook, 18 de janeiro de 2018<sup>19</sup>).



Figura 37: Exemplo de uma publicação da página do Facebook “Os Truques da Imprensa Portuguesa”

Em 2017, um redator da TVI começou uma campanha anti-*clickbait*, onde publicava no seu perfil das redes sociais notícias deste estilo, mas com o conteúdo principal dos artigos revelados no início da partilha (Martins, RTP, 2017)<sup>20</sup>. No exemplo abaixo, a notícia do jornal Record tem como título “Sabe quem interrompeu o discurso de Bruno de Carvalho?”, ao que Somsen escreve: “um telefonema interrompeu o discurso de BdC [Bruno de Carvalho]. De quem? A notícia não diz nem sabe. #anticlickbaitportugal”.

<sup>19</sup> Informação disponível na página do Facebook “Os Truques da Imprensa Portuguesa” em <https://www.facebook.com/ostruques/photos/a.412922728905021.1073741829.410931902437437/730247970505827/?type=3&theater>, consultada no dia 17 de junho de 2018.

<sup>20</sup> Informação disponível no site da RTP em [http://media.rtp.pt/buzz/campanhas/jornalista-da-tvi-campanha-anti-clickbait-da-resposta-as-noticias-populares\\_7121](http://media.rtp.pt/buzz/campanhas/jornalista-da-tvi-campanha-anti-clickbait-da-resposta-as-noticias-populares_7121), consultada no dia 7 de junho de 2018.



Figura 38: Exemplo de uma publicação de uma campanha anti-clickbait (RTP, 2017)

Na mesma altura foi ainda criada uma página no Facebook intitulada *Anti Clickbait Portugal*<sup>21</sup>, com o mesmo objetivo de desmistificação das notícias e que continua a ser atualizada.



Figura 39: Exemplo de uma publicação na página do Facebook *Anti Clickbait Portugal* (Anti Clickbait Portugal via Facebook, 2018)

<sup>21</sup> Informação disponível na página do Facebook “Anti Clickbait Portugal” em <https://www.facebook.com/anticlickbaitportugal/>, consultada no dia 7 de junho de 2018.

O artigo, escrito pela revista digital *Delas*, tem como título “Meghan e Harry ofereceram chinelos aos convidados. Adivinha porquê?”. A resposta, dada pela página *Anti Clickbait Portugal*, diz que é “para descansar os pés”.

#### **6.4. A instantaneidade e um “jornalismo de secretária”**

O jornalismo sofreu várias mudanças no mundo digital. Uma delas prende-se com a existência de um “jornalismo de secretária”. Isto é, o ciberjornalista passou a recolher a maioria da informação atrás do computador, ou pelo telefone. Segundo Gomes (2009), a Internet enriqueceu o jornalismo na medida em que aumentou as suas ferramentas de pesquisa.

O processo de recolha de informação ficou mais abrangente, mais rico e superiormente vasto para a produção noticiosa. O modo como o jornalista passou a contactar as suas fontes sofreu igualmente profundas alterações. O contacto presencial, telefónico, por carta, não se extinguiu, mas teve, na Internet, mais um aliado na procura de informações para a construção da notícia. O jornalista ficou mais rico. As ferramentas aumentaram (Gomes, 2009, p. 106).

Já alguns ciberjornalistas veem esta falta de contacto presencial não como uma mais-valia, mas como uma das desvantagens do jornalismo *online*. Em 2016, Bastos (2018) realizou um estudo e uma das conclusões que se tirou da investigação foi a de que “as saídas para o exterior em serviço de reportagem são escassas. O sedentarismo, a par dos baixos níveis de interatividade com os leitores/utilizadores, mantém-se como uma das características mais vincadas deste grupo de profissionais” (Bastos, 2018, p.10). De facto, no que diz respeito ao grau de satisfação com o seu emprego, são várias as respostas que mencionam a falta de trabalho em campo como um dos motivos que gera alguma insatisfação: “por vezes gostaria de fazer mais reportagem, mas no geral posso dizer que estou satisfeita com este emprego”, “daqui a uns meses é provável que esteja eu em reportagem e portanto “muito satisfeita” com o meu atual emprego”, “era importante ter mais contacto com fontes e sair em reportagem” (Bastos, 2018, p. 9).

No mesmo estudo, Bastos refere que uma das maiores dificuldades apontadas pelos inquiridos em relação ao seu trabalho prende-se com a “pressão do tempo” (77,6%). As outras dificuldades apresentadas referem-se a *multitasking* (63,8%), “gerir grandes quantidades de dados” (40,2%), “lidar com a pressão da concorrência” (36,1%) e “acompanhar as inovações tecnológicas” (20,8%) (2018, p. 8).

Quando o objetivo principal do jornalismo é as visualizações e, por isso, o clique, existe uma obrigação de atualizar constantemente os *sites* com notícias. Para além de este processo se refletir em erros jornalísticos graves, resultou igualmente na falta de tempo para investigação. “Objetividade, clareza e até mesmo a cada vez mais necessária confirmação dos fatos acabam ficando em segundo plano diante da urgência em repassar a informação. E a adaptação do jornalismo à aceleração mudou a apresentação da notícia” (Amadori e Marques, 2009, p.2).

O que se traduz em artigos pouco aprofundados e notícias que passaram a ser de entretenimento, como o caso mencionado anteriormente sobre a filha do cantor Michael Jackson ter sido encontrada a tocar *ukelele* nas ruas de França.

O exemplo seguinte serve para mostrar os erros jornalísticos que a instantaneidade do ciberjornalismo proporciona. O artigo, também já mencionado no capítulo do estágio, refere-se ao adiantamento de um comboio no Japão que serviu de notícia no *site* do Diário de Notícias. Numa das primeiras frases, falta uma letra para fazer o plural na palavra *comboio*: “a empresa que gere os comboio na área metropolitana de Tóquio...”.

As duas notícias acima comprovam igualmente a superficialidade de alguns artigos a que a natureza urgente do jornalismo *online* obriga devido à falta de pesquisa.

Amadori e Marques (2009) referem também que a chegada do jornalismo *online* reduziu uma satisfação de exclusividade presente no jornalismo tradicional, em que os jornalistas escreviam histórias “únicas” que não perdiam este carácter exclusivo, pelo menos até ao dia seguinte. No entanto, a internet acelerou ainda mais a velocidade dos acontecimentos “e não é possível analisar a mídia fora dessa lógica de rapidez, na qual a produção da notícia se desenvolve como se tivesse uma dinâmica própria” (2009, p. 4).

A credibilidade e imparcialidade jornalística ficam, assim, limitadas pelo imediatismo criado pelo cibermeio que sobrepõe a quantidade à qualidade.

A internet deu o tom de novo ao teor de urgência que configura a modernidade. A pressa, na verdade, é uma característica da industrialização, mas passou a ser considerada síndrome a partir da aceleração imposta pela comunicação nos meios eletrônicos. Há urgência na produção, no consumo, nos investimentos, nas mudanças, no ritmo de vida (Amadori e Marques, 2009, p.5).

## 7. A globalização e os entraves ao jornalismo *online*

A internet é fator chave na globalização aliada ao jornalismo. Esta permite a “inexistência” de distância e uma aproximação de culturas e de informações, que acabam por funcionar a nível global. Ora, esta é uma questão fundamental no jornalismo, que permite informar o leitor acerca do que se passa no mundo. O ciberjornalismo, por sua vez, aproximou ainda mais os jornalistas às várias agências noticiosas a nível mundial e que contribuem todos os dias para a disseminação da informação. Mas o uso destas fontes gerou duas questões. Uma relaciona-se com a dependência que os ciberjornalistas criaram em relação às agências noticiosas e aos *sites* de informação internacionais e a outra com a importância que dominar outras línguas ocupa aos ciberjornalistas.

O primeiro surge no seguimento do “jornalismo de secretária” de que o capítulo anterior fala. Durante os três meses na redação do Diário de Notícias, cerca de 70% das notícias que publiquei eram *takes* da Lusa ou da Reuters. Dos restantes artigos, apenas dois não foram retirados de nenhum *site* de informação nacional ou internacional: a entrevista ao humorista Pedro Teixeira da Mota e a reportagem sobre as acessibilidades no metro de Lisboa para pessoas com mobilidade reduzida. Ora, estes valores mostram que a maioria dos artigos publicados no *site* do Diário de Notícias, excluindo as transcrições da edição em papel, são *takes* de agências ou notícias de outros jornais. E este fenómeno não é visível apenas neste jornal, mas em todos os que são alimentados pelas agências e por outros *sites*. O “jornalismo de secretária” tem, assim, tendência para ser uma mera transcrição ou síntese de conteúdos já abordados por outros jornais ou de cópias das agências noticiosas, sem nada de novo ou original a acrescentar.

O peso significativo das tarefas típicas de *shovelware* e do recurso a *press releases*, a par da edição de textos de agências noticiosas, revela-se um factor altamente limitativo da produção jornalística própria, com a consequente penalização do recurso a fontes próprias (Bastos, 2010, p. 21).

Ao longo do meu trabalho na secção *online* do jornal Diário de Notícias pude também comprovar a extrema importância de saber outras línguas na escrita de notícias. Associado à questão da instantaneidade, que não deixa espaço para um trabalho de investigação exaustivo, uma das poucas fontes alcançáveis está à frente do ecrã. Em primeiro lugar, as

agências noticiosas, das quais a maioria da informação é extraída. Em segundo lugar, os restantes órgãos de comunicação social *online* nacionais e internacionais, como já foi dito anteriormente. Desta forma, é exigido um conhecimento avançado de algumas línguas, maioritariamente o inglês – que é também a língua oficial da globalização. Mesmo que recorrendo a um tradutor automático, há metáforas e expressões que nunca serão entendidas e a interpretação da notícia pode acabar por não ser a mais correta, ainda para mais quando o tempo de escrita é escasso. Dos *takes* que editei, 5% eram da Reuters, o que implicou uma tradução do conteúdo, fazendo com que o tempo de escrita fosse mais demorado do que o de um *take* da Lusa. Quanto às outras notícias, cerca de 90% foram escritas a partir de artigos do The Guardian (na maioria), BBC News, The New York Times, El País e ainda Agence France Press. Dos *tweets* que traduzi para algumas notícias, 99% estavam escritos numa língua estrangeira. E algum conteúdo copiado do Facebook era em inglês. Por isso, os erros são frequentes e muitas vezes percebidos quando um leitor faz questão de comentar a notícia e corrigi-lo.

Alguns destes erros não se dão apenas por falta de conhecimentos linguísticos. Também se dão por falta de entendimento na matéria, porque o ciberjornalista escreve sobre uma notícia que não é sua, mas que foi retirada de outro jornal, que por sua vez pode ter visto noutro jornal e assim sucessivamente. A notícia foi apenas reescrita para outro *site* de informação com os devidos créditos para o texto original. Assim, a história não foi investigada aprofundadamente, em campo, e desenvolvida desde o início, mas apenas pesquisada no motor de busca do Google e transposta para outro jornal. Como o caso do artigo abordado no capítulo das dificuldades ao longo do estágio e que me fez questionar se os buracos negros tinham, de facto, *arrotado*. Não sendo eu tradutora ou perita em temas científicos, a dificuldade em arranjar a melhor forma de explicar um fenómeno como o dos buracos negros só seria possível aprofundando a temática e entrando em contacto com os especialistas. O que, aliado à questão do imediatismo, não seria a primeira opção a ponderar.

## CONCLUSÃO

Como já foi referido anteriormente, o Diário de Notícias conta com mais de 150 anos. Mas até os mais velhos jornais têm que procurar modernizar-se. Uma nova era digital obriga-os a adaptar-se às novas mentalidades dos leitores, uma vez que estão inseridos numa sociedade que valoriza mais a quantidade e menos a qualidade dos conteúdos. Isto é, uma sociedade de cliques, que não dispõe do seu tempo para ler textos muito longos, ou temas demasiado complicados. Esta nova geração não perde tempo, porque a informação é ilimitada e em constante atualização.

Os jornalistas da secção *online* do Diário de Notícias não perdem mais do que dez minutos num *take* da Lusa e mais do que cerca de trinta minutos a escrever uma notícia, pois a urgência em publicar não permite um maior aprofundamento das matérias. O ritmo acelerado da internet criou uma pressão na publicação de artigos. “O tempo que demoras a escrever sobre a morte do fulano X, já ele ressuscitou” (sic), ouvi algumas vezes.

O jornalismo *online* deixou-se afetar pela questão da instantaneidade de tal maneira que colocou em risco as suas questões de ética e deontologia. O jornalismo investiu menos na investigação e no aprofundamento de temas, para se focar maioritariamente no número de visualizações, nos comentários e nas partilhas. As redes sociais passaram a ter um papel fulcral na angariação de cliques e também na difusão de notícias falsas.

Os jornais tornaram-se dependentes das agências noticiosas e dos *sites* de informação internacionais, obrigando os ciberjornalistas a dominar línguas que não as deles para debitar matérias que não as suas.

O estágio no Diário de Notícias veio comprovar algumas das potencialidades do ciberjornalismo, nomeadamente a hipertextualidade e a multimedialidade. O *site* do jornal tira partido dos diversos formatos dos meios de comunicação, associando som, texto e imagem. Apresenta fotogalerias e vídeos, junta mais do que uma imagem por artigo de modo a enriquecer uma notícia e adiciona *links* para outros sites de informação que permitem ao leitor estender os seus conhecimentos relativamente a determinado assunto. Para além disso, o jornal aposta na instantaneidade e nas redes sociais onde os artigos são comentados e partilhados. Mas apesar dos avanços visíveis desde os primórdios do ciberjornalismo, em que se limitava a “despejar” para a web os conteúdos do papel (Bastos, 2010), o Diário de Notícias apresenta algumas limitações. O jornal deixou-se afetar pela questão do imediatismo e pela

necessidade de angariar gostos e partilhas, o que se traduziu numa superficialidade com que alguns temas são tratados, numa maior ênfase em notícias de cariz polémico e em alguns casos na falta de credibilidade. A escassez de trabalho de investigação em campo resultou num “jornalismo de secretária” e na grande dependência das agências noticiosas e de *sites* internacionais.

É preciso não esquecer o papel do jornalismo numa sociedade que nem sempre sabe distinguir os factos dos rumores e das opiniões. É necessário relembrar que o tempo é valioso na escrita de uma notícia e não deve ser apressado para ultrapassar a concorrência, mas sim aproveitado para que uma notícia seja verosímil e livre de erros.

Apesar de tudo, o jornalismo *online* possibilitou também um maior alcance de informação que chega aos leitores de uma forma mais acessível e barata.

O jornalismo *online* não deve ser visto como um retrocesso nas práticas jornalísticas, mas como o progresso e adaptação às novas tecnologias. O desafio está em conseguir dar aproveitamento às ferramentas existentes e na manutenção da credibilidade dos jornais através de investigação contínua e presencial frequente.

## FONTES CONSULTADAS

Agência de Notícias de Portugal. *Lusa*. Disponível em: <https://www.lusa.pt>

Amadori, R., & Marques, M. (2009). *A instantaneidade e a construção da notícia no jornalismo online*. XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste. Brasília. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2009/resumos/R17-0304-1.pdf>

Aroso, I. (2013). *As redes sociais como ferramentas de jornalismo participativo nos meios de comunicação regionais: Um estudo de caso*. UBI. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/arosoines-2013-redes-sociais-ferramenta-jornalismo.pdf>

Barbosa, E. (2001). *Interactividade: A grande promessa do jornalismo online*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-elisabete-interactividade.pdf>

Bardoel, J., & Deuze, M. (2001). *Network journalism: converging competences of old and new media professionals*. Disponível em: <https://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/3201/BardoelDeuze%20NetworkJournalism%202001.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Bastos, H. (2010). *Ciberjornalismo: Dos primórdios ao impasse*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-ciberjornalismo-dos-primordios-ao-impasse.pdf>

Bastos, H. (2010). *Ciberjornalismo e Narrativa Hipermédia*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-ciberjornalismo-e-narrativa-hipermedia.pdf>

Bastos, H. (2010). *Ciberjornalistas portugueses: Das práticas às questões de ética*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-ciberjornalistas-portugueses.pdf>

Bastos, H. (2010). *Da implementação à estagnação: Os primeiros doze anos de ciberjornalismo em Portugal*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-da-implementacao-a-estagnacao.pdf>

Bastos, H. (2018). *Os ciberjornalistas portugueses em 2016: Uma aproximação a práticas e papéis*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-2018-ciberjornalistas-portugueses.pdf>

Bruns. (2003). *Gatewatching, not gatekeeping: Collaborative online news*. Disponível em: [https://eprints.qut.edu.au/189/1/Bruns\\_Gatewatching.PDF](https://eprints.qut.edu.au/189/1/Bruns_Gatewatching.PDF)

Canavilhas, J. (2001). *Webjornalismo. Considerações gerais sobre jornalismo na web*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>

Canavilhas, J. (2010). *Do gatekeeping ao gatewatcher: O papel das redes sociais no ecossistema mediático*. Disponível em: <http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/061.pdf>.

Cunha, A. (1891). *Eduardo Coelho. A sua vida e a sua obra. Alguns fatores para a história do jornalismo português contemporâneo*. Lisboa: Diário de Notícias/Tipografia Universal, 53-58.

Delmazo, C., & Valente, J. (2018). *Fake news nas redes sociais online: Propagação e reações à desinformação em busca de cliques*. Disponível em: <http://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/5682/4561>

Diário de Notícias. *DN*. Disponível em: <https://www.dn.pt/>

Diário de Notícias. *Infopédia*. Porto: Porto Editora, 2003-2018. Disponível em: [https://www.infopedia.pt/\\$diario-de-noticias](https://www.infopedia.pt/$diario-de-noticias)

Ferreira, L. (2016, Novembro 21). Do Bairro Alto às Torres de Lisboa, com passagem de 76 anos no Marquês, levando atrás fantasmas de Eduardo Coelho, Eça, António Ferro, Stuart e Saramago. *Diário de Notícias*. Disponível em: <https://www.dn.pt/media/interior/do-bairro-alto-as-torres-de-lisboa-com-passagem-de-76-anos-no-marques-levando-atras-fantasmas-de-eduardo-coelho-eca-antonio-ferro-stuart-e-saramago-5508553.html>

Diário de Notícias. *Global Media Group*. Disponível em: <http://www.globalmediagroup.pt/marcas/media/jornais/diario-de-noticias/>

Gomes, R. M. (2009). *A Importância da Internet para Jornalistas e Fontes*. Lisboa: Livros Horizonte.

Lemos, M. (2014, dezembro 29). O Diário de Notícias faz hoje 150 anos. *Biblioteca Nacional de Portugal*. Disponível em: [http://www.bnportugal.pt/index.php?option=com\\_content&view=article&id=991%3Anotici](http://www.bnportugal.pt/index.php?option=com_content&view=article&id=991%3Anotici)

a-o-diario-de-noticias-faz-hoje-150-anos-29-dezembro-2014&catid=164%3A2014&Itemid=1012&lang=pt

Macedo, J., Cabrera, A., Sousa, J., Matos, A., Correia, F., Baptista, C. & Lima, H. (2011). *Jornais, Jornalistas e Jornalismo (séculos XIX e XX)*. Lisboa: Livros Horizonte, 53-83.

Martins, J. 2017. Jornalista da TVI faz campanha anti-clickbait e dá resposta às notícias mais clicáveis. *RTP*. Disponível em: [http://media.rtp.pt/buzz/campanhas/jornalista-da-tvi-campanha-anti-clickbait-da-resposta-as-noticias-populares\\_7121](http://media.rtp.pt/buzz/campanhas/jornalista-da-tvi-campanha-anti-clickbait-da-resposta-as-noticias-populares_7121)

Mihailidis, P., & Viotty, S. (2017). *Spreadable Spectacle in Digital Culture: Civic Expression, Fake News, 441 and the Role of Media Literacies in "Post-Fact" Society*. *American Behavioral Scientist* 61(4), 441-454.

Uso das redes sociais em Portugal triplicou em sete anos, mas empresas utilizam-nas poucos. 2016. *Observador*. Disponível em: <https://observador.pt/2016/06/29/uso-das-redes-sociais-em-portugal-triplicou-em-sete-anos-mas-empresas-utilizam-nas-pouco/>

Palacios, M, (org). (2011). *Ferramentas para análise de qualidade no ciberjornalismo*. Vol. I. Covilhã: LabCom.IFP. Disponível em: [http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20111202-201110\\_marcos\\_palacios.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20111202-201110_marcos_palacios.pdf)

Reuters. *Reuters News Agency*. Disponível em: <https://agency.reuters.com/en/about-us.html>

Silverman, G. (2016). *Lies, damn lies, and viral content. How news websites spread (and debunk) online rumors, unverified claims and misinformation*. Columbia Journalism School. Tow Center for Digital Journalism.

Vieira, J. (2007). *Jornalismo Contemporâneo: Os media entre a era Gutenberg e o paradigma digital*. Lisboa: Edeline.

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder. Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Council of Europe report DGI (2017)09. Strasbourg. Council of Europe.

Zamith, F. (2011). *A contextualização no ciberjornalismo*. 11-38. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/57280/2/zamith000148443.pdf>

## **ANEXOS**

Anexo 1

Capas do jornal em papel do Diário de Notícias<sup>22</sup>

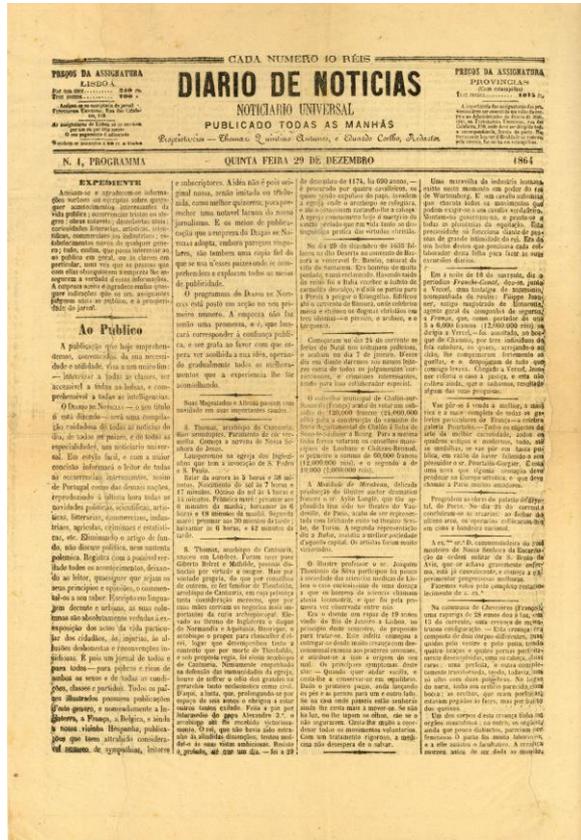


Figura 40: Capa da primeira edição em papel do Diário de Notícias a 29 de dezembro de 1864 (Restos de Coleção, 2015), à esquerda, e a capa do dia 15 de novembro de 2017, à direita (digitalizada)

<sup>22</sup> A capa da primeira edição foi retirada de: <http://restosdecolecção.blogspot.com/2015/09/edificio-do-diario-de-noticias.html>

### Edição 153º aniversário do Diário de Notícias



Figura 41: Capa da edição especial em papel dos 153 anos do Diário de Notícias (digitalizada)

## Anexo 2

**Link para a notícia no site do DN:** <https://www.dn.pt/mundo/interior/o-artico-esta-a-descongelar-consequencias-serao-mundiais-8982436.html>

**Título:** O frigorífico do planeta está com a porta aberta

**Frase de entrada:** A temperatura do mar tem vindo a aumentar e o gelo está a perder espessura, com valores nunca antes vistos nos últimos 1.500 anos

**Notícia:** O solo do Ártico está a descongelar a uma velocidade preocupante - o norte da região está a aquecer duas vezes mais rápido - e as consequências do fenómeno estender-se-ão ao mundo inteiro.

O relatório anual, de 93 páginas, divulgado esta terça-feira pela Administração Oceânica e Atmosférica Nacional dos Estados Unidos da América (NOAA) e elaborado por 85 cientistas, revelou que a temperatura da água do mar tem vindo a aumentar e o gelo está a perder espessura, com valores nunca antes vistos nos últimos 1.500 anos.

A investigadora da NOAA Emily Osborne, citada pelo The Guardian, afirma, na apresentação do estudo, que cerca de 79% do gelo do Ártico é fino e com apenas um ano. Em 1985, 45% do gelo era espesso e mais antigo.

Estas alterações trouxeram um "novo normal" ao Ártico, mas as implicações estão à vista. Muitas comunidades estão a ter dificuldades em adaptarem-se e acompanharem as novas mudanças no clima, "especialmente na região Ártica da América do Norte, criando os primeiros refugiados das alterações climáticas", afirma o Diretor da Administração do Programa de Investigação do Ártico, Jeremy Mathis, citado pela BBC.

Para além disso, as alterações poderão influenciar a pesca e aumentar a probabilidade de incêndios em regiões de altitudes elevadas. "O que acontece no Ártico não fica no Ártico, afeta o resto do planeta", refere o responsável da NOAA, Timothy Gallaudet, "O Ártico tem uma grande influência no mundo em geral".

E não é coincidência que os números apareçam numa altura em que os níveis de dióxido de carbono no ar têm vindo a aumentar, "Foi apenas preciso um bocadinho de mudança induzida pelo ser humano para ativar este processo de avalanche; um bocadinho de gelo a derreter, que levou a um bocadinho de aquecimento, que levou a que mais gelo derretesse, traduzindo-se, assim, em mais aquecimento", avança o investigador Jeremy Mathis, que conclui que "O Ártico tem sido, tradicionalmente, o frigorífico do planeta, mas a porta ficou aberta."

**Anexo 3**

**Link para a notícia no site do DN:** <https://www.dn.pt/mundo/interior/jovem-declara-se-ao-namorado-nas-redes-sociais-depois-de-o-matar-amo-te-para-sempre-9019769.html>

**Título:** Jovem declara-se ao namorado nas redes sociais depois de o matar: “Amo-te para sempre”

**Frase de entrada:** A jovem foi transferida para um hospital psiquiátrico

**Notícia:** Uma jovem argentina de 19 anos confessou ter matado o namorado a tiro, em Gualeguaychú, na província de Entre Rios, na Argentina. O homicídio de Fernando Pastorizzo, de 20 anos, está a agitar a cidade e no primeiro dia do ano centenas de pessoas marcharam a pedir justiça.

Nahir Galarza chegou mesmo a declarar-se ao namorado nas redes sociais, depois de o ter matado. Horas depois do crime, a estudante de Direito publicou uma fotografia dos dois na rede social Instagram, com a descrição: "Cinco anos juntos, lutando, indo e vindo, mas sempre com o mesmo amor. Amo-te para sempre, meu anjo".

Segundo o El Día, o jovem foi encontrado por um taxista, que ligou às autoridades. Quando a ambulância chegou, Pastorizzo já estava morto.

O principal suspeito era o pai da jovem, agente da polícia. Mas, em interrogatório, Galarza acabou por confessar o crime. A arma usada foi uma pistola de nove milímetros, que roubou ao pai.

Acusada de homicídio, a jovem foi transferida para um hospital psiquiátrico.

Esta não seria a primeira vez que Galarza mostrara ser violenta. O jornal El País relatou que a jovem, juntamente com uma amiga, teriam agredido Pastorizzo à saída de uma discoteca.

Várias pessoas de Gualeguaychú saíram à rua para pedir ao Tribunal que transferisse Galarza para uma prisão comum, pois consideraram que estar num hospital é um privilégio, referiu o El Día.

O fiscal Sergio Rubén Rondoni Caffa disse à comunidade que assim que a jovem estiver emocionalmente equilibrada, será detida.

#### Anexo 4

**Link para a notícia no site do DN:** <https://www.dn.pt/mundo/interior/eua-avisam-que-vaotomar-nota-dos-paises-que-criticarem-decisao-sobre-jerusalem-9000067.html>

**Título:** EUA avisam que vão tomar nota dos países que criticarem decisão sobre Jerusalém

**Frase de entrada:** Representante Permanente dos EUA nas Nações Unidas escreveu no Twitter que o país vai tomar nota dos países que votarem contra a decisão de Trump

**Notícia:** A Embaixadora dos EUA nas Nações Unidas, Nikki Haley, avisou que o presidente norte-americano lhe pediu que anotasse os nomes dos países que votarem "contra" Washington na reunião de amanhã sobre a decisão de Donald Trump de reconhecer Jerusalém como capital de Israel.

Trump reconheceu este mês Jerusalém como capital israelita, pondo termo a décadas de um consenso internacional segundo o qual o estatuto definitivo da cidade deve ser acordado no âmbito de um processo de paz entre israelitas e palestinianos. Trump tenciona mesmo mudar a Embaixada dos EUA, que de momento se mantém em Telavive.

A sessão especial, solicitada pelos países árabes, acontece depois de Washington ter vetado, na segunda-feira, uma resolução com o mesmo fim do Conselho de Segurança. Os outros 14 membros do órgão - incluindo os seus aliados mais próximos - votaram a favor de uma resolução que pedia aos Estados Unidos que recuassem no reconhecimento de Jerusalém como capital de Israel e reiterava a doutrina da ONU sobre a cidade que alberga os lugares santos das três grandes religiões monoteístas.

Nikki Haley escreveu numa publicação no Twitter: "Nas Nações Unidas, pedem-nos constantemente que façamos mais e que dêmos mais. Por isso, quando tomamos uma decisão, pela vontade dos americanos, sobre onde localizarmos a NOSSA embaixada, não esperamos que aqueles que ajudámos nos coloquem como alvo. Na quinta-feira, vai haver uma votação a criticar a nossa escolha. Os EUA vão apontar os nomes."

Numa carta para dezenas de Estados-membros, citada pela BBC, Haley refere que o "presidente e os EUA vão tomar os votos como pessoais" e que "o presidente vai observar esta votação com toda a atenção e pediu-me que anotasse todos os países que votarem contra nós. Vamos tomar todos os apontamentos sobre o assunto."

"O anúncio do presidente não afeta o estado final das negociações de maneira nenhuma, incluindo os limites específicos da soberania de Israel em Jerusalém", avança. "O presidente também fez questão de apoiar o status quo dos locais sagrados de Jerusalém".

As palavras de Nikki Haley foram denunciadas hoje em Istambul pelo chefe da diplomacia palestina, Riyad al-Malki, que afirmou que os Estados Unidos estão a recorrer a "ameaças" e a "intimidações" para tentar dissuadir os membros da Assembleia-geral das Nações Unidas de condenar o reconhecimento norte-americano de Jerusalém como capital de Israel.

"Amanhã [quinta-feira] veremos quantos países vão optar por votar (com) a sua consciência. Eles votarão pela justiça e votarão a favor desta resolução", disse o ministro dos Negócios Estrangeiros palestino, numa conferência de imprensa conjunta com o seu homólogo turco, Mevlut Cavusoglu.

O ministro turco disse, por sua vez, acreditar que os países-membros da Assembleia-geral da ONU vão ignorar a pressão norte-americana e vão votar em consciência esta resolução sem carácter vinculativo.

"O mundo mudou. A crença de que 'eu sou forte, portanto, estou certo' mudou. O mundo de hoje está a revoltar-se contra as injustiças", declarou Mevlut Cavusoglu.

"Nenhum Estado honrado vai inclinar-se perante tal pressão", reforçou o chefe da diplomacia da Turquia.

Os dois ministros estarão em Nova Iorque para participar na votação de quinta-feira.

A Assembleia-geral da ONU integra 193 países e a resolução a votos na quinta-feira poderá conseguir cerca de 180 votos, segundo fontes citadas pela AFP.

Ao contrário do que se passa no Conselho de Segurança (os cinco membros permanentes do órgão têm direito de veto), na Assembleia-geral não há direito de veto e os textos adotados não são vinculativos.

Israel ocupa Jerusalém Oriental desde 1967 e, em 1980, anexou e proclamou a cidade como sua capital indivisa. A comunidade internacional nunca reconheceu Jerusalém como capital de Israel, nem a anexação da parte oriental da cidade.

No passado dia 13, os países da Organização para a Cooperação Islâmica acordaram, numa cimeira em Istambul, reconhecer Jerusalém Oriental como a capital de um futuro Estado palestino e convidaram o resto do mundo a fazer o mesmo.

**Anexo 5**

**Link para a notícia no site do DN:** <https://www.dn.pt/mundo/interior/fogo-florestal-na-california-obriga-a-evacuacao-de-8000-casas-8964475.html>

**Título:** Fogo florestal obriga à evacuação de 8.000 casas

**Frase de entrada:** Área abrangida pelo incêndio era, hoje de manhã, superior a 100 quilómetros quadrados

**Notícia:** Quase 8.000 habitações foram evacuadas no sul da Califórnia devido a um incêndio que começou na segunda-feira numa zona de floresta em Santa Paula, 100 quilómetros a noroeste de Los Angeles.

Segundo os bombeiros, o incêndio deflagrou na segunda-feira ao final do dia a leste de Santa Paula e expandiu-se rapidamente durante a noite devido ao vento, que sopra a cerca de 70 Km/h, com rajadas de 90 Km/h, segundo o instituto meteorológico dos Estados Unidos. Hoje de manhã, a área abrangida pelo fogo era superior a 100 quilómetros quadrados.

Depois de, na segunda-feira, as autoridades terem ordenado a evacuação de cerca de 400 casas, a ordem foi alargada hoje a Ventura, localidade a cerca de 20 quilómetros com mais de 100.000 habitantes.

Naquela zona, cerca de 180.000 pessoas estão sem eletricidade, segundo a empresa Southern California Edison.

O gabinete do xerife anunciou que até ao momento arderam duas estruturas, sem, contudo, precisar se eram habitações.

Responsáveis locais indicaram que uma pessoa morreu num acidente automóvel relacionado com o fogo, mas não deram pormenores.

## Anexo 6

**Link para a notícia no site do DN:** <https://www.dn.pt/sociedade/interior/tres-caminhadas-rapidas-de-10-minutos-sao-mais-beneficas-do-que-8-quilometros-9086896.html>

**Título:** Três caminhadas rápidas de 10 minutos são mais benéficas do que 8 quilómetros

**Frase de entrada:** Caminhar menos tempo, mas mais rápido, aumenta a frequência cardíaca, o que pode reduzir o risco de diabetes, doenças cardiovasculares e alguns tipos de cancro

**Notícia:** Fazer três caminhadas de dez minutos por dia é mais benéfico e saudável do que andar dez mil passos, revelou uma experiência.

Caminhar dez mil passos por dia, o equivalente a cerca de oito quilómetros, é a meta de muitas pessoas. Mas Michael Mosley, da BBC, quis testar a eficácia e os benefícios do exercício na saúde.

A moda começou nos anos 60, através de uma campanha de marketing, no Japão, quando Yoshiro Hatan, da Universidade de Kyushu, criou um pedómetro, um aparelho para contar os passos. O objeto foi batizado de Manpo-kei, que significa, literalmente, "contador de 10 mil passos".

Segundo Hatan, os japoneses estavam a adotar o estilo de vida sedentário dos norte-americanos. Assim, ao andarem mais ao longo do dia, queimariam cerca de 500 calorias e manteriam a forma.

Mas um teste realizado por Rob Copeland, da Universidade de Sheffield Hallam, Inglaterra, concluiu que três caminhadas de dez minutos, por dia, apresentam melhores resultados.

Foi recrutado um grupo de voluntários, que foram equipados com monitores de atividade e divididos em dois grupos: um para percorrer dez mil passos por dia, outro para caminhar três sessões de dez minutos a passo rápido a que chamaram "Active 10" -, o equivalente a aproximadamente dois quilómetros e meio.

Dois dos três que andaram dez mil passos conseguiram alcançar o objetivo, ainda que com alguma dificuldade.

Já os voluntários do grupo do "Active 10" não mostraram qualquer dificuldade e até se juntaram para realizar a tarefa.

Quando Copeland analisou os dados, reparou que o grupo que caminhou dez minutos fez mais 30% de "atividade física moderada a vigorosa" do que o outro. Apesar de ter caminhado durante menos tempo, esteve mais vezes sem fôlego, aumentando mais a frequência cardíaca.

"O que nós queríamos era fazer os vossos corações bater mais depressa. Há provas que mostram que isso pode reduzir o risco de diabetes, doenças cardiovasculares e alguns tipos de cancro", referiu o especialista.

## Anexo 7

### Exemplos de notícias populares

#### Exemplo 1

**Link para a notícia no site do DN:** <https://www.dn.pt/mundo/interior/voo-entre-la-e-toquio-volta-para-tras-porque-um-passageiro-estava-no-voo-errado-9010596.html>

**Título:** Voo entre LA e Tóquio volta para trás porque um passageiro estava no voo errado

**Frase de entrada:** Voo entre LA e Tóquio durava onze horas, mas o avião acabou por voar oito: depois de quatro horas de viagem, voltou aos EUA para devolver o passageiro. Manequim Chrissy Teigen estava a bordo e relatou o episódio

**Notícia:** Um avião da companhia aérea All-Nippon Airways, que fazia a ligação entre Los Angeles, nos Estados Unidos da América, e Tóquio, no Japão, voltou para trás a meio do voo na terça-feira, dia 26 de dezembro, por transportar um passageiro que, afinal, estava no voo errado.

Entre os cento e cinquenta passageiros do avião obrigado a regressar estavam o cantor John Legend e a mulher, a manequim Chrissy Teigen, que relatou em direto no Twitter os acontecimentos. "Quatro horas num voo de onze e estamos a voltar para trás, porque temos um passageiro que não é suposto estar neste avião. Porquê? Por que é que temos que ir todos atrás? Eu não sei", escreveu a americana aos nove milhões de seguidores.

De acordo com Teigen, o passageiro tinha alegadamente um bilhete da companhia aérea United Airlines e não da All-Nippon Airways, "por isso, basicamente, o scanner de embarque não passa de uma máquina que faz "beep" e que regista para lado nenhum", continuou.

Segundo a emissora de televisão KTLA, o piloto foi informado sobre o passageiro com o bilhete não autorizado e decidiu regressar ao aeroporto de Los Angeles, conforme o procedimento de segurança da companhia

"Esta pessoa tem sorte que tenhamos todos de desembarcar. Imaginem ter que sair sozinha. Que vergonha!", escreveu Teigen no Twitter, adiantando que os passageiros foram interrogados antes de abandonarem o avião.

As autoridades, que estão a investigar o caso, registaram um alegado clandestino.

A manequim pareceu divertir-se a relatar tudo o que conseguiu apurar sobre o incidente. "Não vou conseguir dormir enquanto não perceber como é que esta pessoa conseguiu entrar no avião errado. É tudo o que peço", escreveu.

O voo, que durou um total de oito horas e vinte minutos, com partida e chegada em Los Angeles, deveria ter chegado a Tóquio em onze horas.

Depois de cerca de cinco horas de espera, Teigen informou que ia descolar novamente em direção ao Japão, fazendo figas para que a ementa da refeição no avião fosse diferente. "Por favor, que o menu seja outro".

### *Exemplo 2*

**Link para a notícia no site do DN:** <https://www.dn.pt/mundo/interior/empresa-de-comboios-japonesa-pededesculpa-por-20-segundos-de-adiantamento-8921244.html>

**Título:** Empresa de comboios japonesa pede desculpa por 20 segundos... de adiamento

**Frase de entrada:** O comboio, que deveria sair da estação às 9:44, partiu por volta das 9:43:40, na terça-feira, dia 14 de novembro

**Notícia:** Foi um pedido de desculpas por 20 segundos, o que diz bem da pontualidade dos comboios no Japão, e por o comboio ter partido... adiantado. A empresa que gere os comboio na área metropolitana de Tóquio pediu desculpa online pelo comboio que liga Akihabara, em Tóquio, a Tsukuba, ter partido 20 segundos mais cedo, na terça-feira, dia 14 de novembro.

"No dia 14 de novembro, pelas 9:44, um comboio da Metropolitan Intercity Railway Company saiu da estação de Minami Nagareyama no sentido norte cerca de 20 segundos antes da hora indicada no horário. Pedimos muitas desculpas pelo grave incómodo causado aos nossos passageiros", pode ler-se no site, segundo o jornal Tokyo Today, em inglês.

Segundo o jornal online, os comboios japoneses são conhecidos pela sua pontualidade e chegar às 9:43:40, ao invés das 9:44, não seria um problema significativo, ainda para mais quando passa um comboio de quatro em quatro minutos.

No entanto, muitos japoneses, que acertam os relógios pelos das estações de comboios, chegam à linha à hora certa da partida e com um plano ao segundo de todos os meios de transporte a apanhar até chegar ao local de trabalho, ou à escola. Perder um comboio poderia causar, diz o jornal, o "efeito avalanche" e um atraso de aproximadamente 15 minutos.

O jornal afirma que, ainda que um pedido de desculpas formal possa parecer exagerado, não o será na cultura japonesa, onde as empresas têm em grande consideração a satisfação dos clientes.

*Exemplo 3*

**Link para a notícia no site do DN:** <https://www.dn.pt/mundo/interior/morreram-4-atrizes-porno-nos-ultimos-dois-meses-todas-com-menos-de-35-anos-9037740.html>

**Título:** Morreram 4 atrizes porno nos últimos dois meses. Todas com menos de 35 anos

**Frase de entrada:** Última morte foi a de Olivia Nova, que tinha apenas 20 anos

**Notícia:** Mais uma morte na indústria pornográfica norte-americana nos últimos dois meses e, desta vez, de uma jovem com apenas vinte anos: Olivia Nova, atriz porno norte-americana, foi encontrada morta na sua casa em Las Vegas, Estados Unidos.

Segundo a agência de modelos Direct Models - da qual Nova fez parte durante um curto período de tempo e que confirmou a morte em comunicado -, a atriz foi levada para a morgue ao meio dia de domingo, dia 7 de janeiro. O resultado da autópsia só será conhecido em seis ou oito semanas. A agência, que lamenta a morte da jovem, refere ainda a sua "bondade e doçura". Desconhece-se para já a causa da morte da atriz.

Olivia Nova morreu cerca de um ano depois de o seu namorado ter-se suicidado, em abril de 2017 - como escreveu no Twitter. Em março de 2017, a jovem tinha começado a sua carreira como atriz pornográfica.

Esta é a quarta morte de uma atriz de filmes pornográficos num curto espaço de tempo, cerca de dois meses. Amanda Friedland, conhecida por Shyla Stylez, tinha 35 anos quando a mãe a encontrou morta na cama, no início de novembro de 2017, no Canadá, de onde era natural.

Cerca de um mês depois, morreu Mercedes Grabowski, que se celebrou com o nome artístico de August Ames. Tinha 23 anos e foi encontrada em casa na Califórnia. A atriz foi criticada nas redes sociais depois de se recusar a filmar uma cena com um ator que teria feito pornografia gay. Pensa-se que se terá suicidado.

Assim como Yurizan Beltran - conhecida como ou Yuri Luv - encontrada inconsciente na cama, rodeada de comprimidos, em Bellflower, na Califórnia. Tinha 31 anos.

Numa publicação no Twitter, a página Adult Performers Actors Guild apela aos atores que trabalham na indústria pornográfica a serem compreensivos, porque "nunca sabemos aquilo pelo que os outros estão a passar". "Vamos cultivar uma indústria que se importa com os seus!", lê-se no comentário, que inclui as fotografias das quatro atrizes que morreram.

## Anexo 8

### Entrevista ao humorista Pedro Teixeira da Mota

**Link para a notícia no site do DN:** <https://www.dn.pt/artes/interior/pedro-teixeira-da-mota-sempre-gostei-de-ser-o-centro-das-atencoes-8915494.html>

**Título:** Pedro Teixeira da Mota: "Sempre gostei de ser o centro das atenções"

**Frase de entrada:** Pedro Teixeira da Mota estreia-se esta noite, terça-feira, com o espetáculo a solo "Impasse". O DN esteve à conversa com o humorista

**Entrevista:** Pedro Teixeira da Mota é um dos nomes que mais se tem destacado na nova geração de comediantes portugueses e estreia-se a solo com o espetáculo *Impasse* esta terça-feira, 14 de novembro, na sala do Tivoli BBVA em Lisboa. A data foi agendada depois de ter esgotado a primeira, no dia 15, quarta-feira, no mesmo local. No Porto, vai atuar no Hard Club a 18 de novembro. Ao todo, nos dois espetáculos na capital e um a Norte, vai contar com 2526 espetadores.

Começou há três anos como um dos membros do projeto Bumerange, com mais três humoristas - Carlos Coutinho Vilhena, Manuel Cardoso e Guilherme Geirinhas - que chegou à televisão: sketches de humor com menos de dois minutos na Sic Radical.

Abriu os espetáculos de Luís Franco-Bastos durante a digressão "Voz da Razão". Tem um canal no *Youtube* em que publica vídeos de minuto e meio e é um dos criadores do programa Erro Crasso na mesma plataforma. Muito ativo nas redes sociais, brinda os seguidores com descrições de fotografias hilariantes no *Instagram*. Todos os domingos publica um podcast intitulado *Ask.TM* - que é dos mais ouvidos em Portugal e já chegou várias vezes ao primeiro lugar no ranking luso do iTunes - e vai respondendo às perguntas que lhe colocam no *Twitter*. O mais recente feito é também o mais importante da carreira, diz ele: conseguir esgotar o primeiro espetáculo de stand-up a solo não uma, não duas, mas três vezes.

O DN esteve à conversa com o humorista.

### Porquê chamar *Impasse* ao espetáculo?

Porque, por um lado, sou um adulto, por outro lado não sou. Tenho 23 anos, já acabei de estudar, mas ainda vivo com os meus pais. Às vezes, dão-me dinheiro para ir jantar, outras vezes eu é que lhes empresto quando precisam. Portanto, é tudo um bocado um impasse nesse sentido de "sou um adulto, ou sou uma criança?".

**Achava possível esgotar o primeiro espetáculo a solo?**

Acho que é um bocado falsa modéstia e irrita-me imenso esse discurso de dizer "bem, se há dois anos me dissessem que eu ia esgotar...". Isso quer dizer que não pensas no teu potencial. Eu acredito no meu trabalho e que vou ter resultados. Não, dois [espetáculos] não estava à espera de esgotar, de facto. Um estava, dois não. Acho que assim foi um bom começo, estou contente com isso.

**O que é que leva tanta gente ao espetáculo quando tem tanta oferta gratuita nas redes sociais, o podcast, vídeos?...**

Acho que é um sinal de respeito das pessoas. Estão-se a entreter, mas nunca pagaram por nada e sabem que é o meu trabalho, por isso devem pensar "não, ele merece". A quantidade de bons momentos que proporcionei às pessoas vale esses 12 euros, vale uma oportunidade para me verem ao vivo. Para além disso, penso que o que eu faço é bastante genuíno e as pessoas criam uma ligação, de certa forma. Têm curiosidade e querem ver o que é que eu tenho para dizer ao vivo. O podcast é giro, mas eu acho que ao vivo é sempre melhor.

**E o que é que se pode esperar de diferente no *Impasse*?**

O registo é o mesmo, mas são outros temas e podem ver a cara, o que é sempre interessante a nível de expressões! Não estou a dizer que sou bonito, estou a dizer que a nível de expressões as histórias ganham com isso. Mas é um registo parecido... De tudo o que faço, o podcast é o mais perto que eu tenho de stand-up. É quase stand-up, no fundo. Só que estou sozinho.

**Diz que Chris D'Elia é uma das grandes influências e ele também tem um podcast...**

Foi uma inspiração. Ele tem um podcast chamado *Congratulations*, que também sai uma vez por semana, onde fala sozinho durante uma hora. Ao quarto ou quinto episódio comecei a pensar: "tenho de fazer uma coisa parecida". Porque é um bom exercício para ele, está a criar o seu próprio material e isso obriga-o a pensar em coisas novas. Depois falei disto ao Salvador Martinha, que acabou por fazer o mesmo. Quando criei o meu, quis torná-lo diferente e lembrei-me deste formato de pergunta-resposta.

**Tendo em conta a inspiração nas grandes referências, onde é que marca a diferença?**

Do Chris D'Elia, por exemplo? Acima de tudo ser mais novo e falar em português (risos). Da mesma maneira que ele fala das coisas que lhe acontecem, eu falo das minhas experiências pessoais. Tudo me diferencia dele, porque temos sempre ângulos diferentes sobre as coisas.

Quem é muito atento pode pensar, "isto é um bocado Salvador Martinha, ou isto é um bocado Chris D'Elia". Mas eu faço o meu registo. Se calhar tenho influências, mas nem reparo nisso.

### **Gosta de música e toca piano. No espetáculo vai juntar música?**

É possível termos ali mais do que dois momentos musicais. Posso adiantar isto aqui em primeira mão, porque as pessoas vão chegar lá e vão ver um piano.

### **E ideias para próximos espetáculos?**

Vou fazer estes dois em Lisboa e no Porto e no próximo ano espero fazer noutras cidades, como Coimbra, Leiria e Aveiro. Há umas quantas onde acho que já tenho público-alvo suficiente para atuar. Mas, para já, vou focar-me nesta *tour*. Isto parece aquele típico discurso de futebol, "pensar neste desafio, levantar a cabeça, só penso no próximo depois de fazer este". Mas no fundo é verdade. Agora estou mais concentrado em Lisboa e no Porto, depois as outras e depois logo se vê o que é que vem daí.

### **A família vai assistir ao *Impasse*?**

Vai estar no verdadeiro primeiro espetáculo, que é o de dia 15. E é giro, porque a minha avó vai lá estar e ela nunca viu nenhum espetáculo de stand-up. Portanto, o primeiro que vai ver vai ser o meu primeiro solo.

### **Isso não o deixa mais nervoso?**

Não, nada. Os meus pais sempre foram porreiros. Eles ouvem o podcast, onde eu digo palavrões e falo de droga. Já aceitaram que...

### **É tudo a brincar?**

Não, que é tudo a sério (risos). Que digo de tudo e não vale a pena estarem a dizer "Pedro, é escusado falares de drogas.". Falo disso, eles aceitam e gostam imenso. A minha mãe acha que eu não devia dizer tantos palavrões. O meu pai não, o meu pai não quer saber - "então, é coisa dele, deixa-o lá estar". Mas vou tentar controlar um bocado, fica feio dizer muitos e eu tenho noção disso.

### **Há algum sítio fora do normal onde gostasse de fazer um espetáculo de stand-up?**

Não. Stand-up não se pode fazer em qualquer lado, têm de estar as condições certas de luz, som, ambiente. Só quero atuar em teatros e com boas condições, para que as pessoas possam ter a experiência completa. Tudo faz a diferença. As pessoas às vezes não têm noção, mas saem de um espetáculo e se calhar não adoraram porque o som a certa altura não esteve bom, ou a luz estava muito forte noutra sítio e distraiu-as a certo momento... Há vários fatores

que fazem o stand-up resultar bem e só num teatro com boas condições é que isso pode acontecer.

### **E tem algum pedido bizarro para o camarim?**

Não, porque descobri que eu é que o pago (risos). Se calhar não vou pedir, por exemplo, um camelo. Talvez seja melhor ficar-me por maçãs e água. E um hambúrguer "Double Cheese" só para dar sorte.

### **Houve algum momento da vida em que percebeu que queria ser humorista?**

Desde pequeno que sempre gostei de ser o centro das atenções e fazer rir. O projeto dos Bumerangue, naturalmente, foi um desses momentos. Estava no Vine e no Twitter quando me juntei ao Manuel Cardoso, ao Carlos Coutinho Vilhena e ao Guilherme Geirinhas e o nosso realizador convidou-nos para irmos atuar ao Chapitô. Foi a primeira vez que fiz stand-up e gostei. Mas não houve nenhum momento, uma epifania, por exemplo: "eu lembro-me, 3 de março de 98. Eu estava deitado..." Foi uma coisa gradual.

### **No espetáculo interage com o público. Se o público não reagir como esperado, não receia o imprevisto?**

Não, porque até o facto de o público não responder é bom para mim. Imaginemos que eu pergunto "que idade é que tens?" e alguém não responde, é do género "ah!, temos aqui um mudo". Qualquer coisa que eu diga, se for minimamente engraçado, pode resultar. Mas é preciso ter uma resposta na ponta da língua e só faz imprevisto quem sabe que vai conseguir sair por cima. Alguém que fala connosco durante um espetáculo chama-se *heckler*. E se ele diz, por exemplo, "não tens piada", ou mesmo algo que não seja um insulto, se eu não conseguir responder à altura é péssimo para mim, porque perco o respeito do público. É uma pressão, mas faz parte.

### **Já aconteceu?**

Um *heckler* ganhar-me, não. Já me aconteceu dizerem coisas, mas eu consigo responder. O Chris D'Elia disse algo interessante sobre os *hecklers*: "Esta pessoa, que agora acabou de dizer isto, vai para casa a achar-se a maior, porque disse algo ao qual eu respondi e que fez com as pessoas se rissem. Fez parte do espetáculo. Mas não. Tentou estragá-lo e eu é que sou hilariante e fiz com que isto resultasse". E eu gosto dessa ideia.

### **Falando de termos técnicos, como heckler: fez um curso de escrita de humor. Isso significa que o humor tem regras?**

Há técnicas. Mas depende de ti. O curso ajuda-te a ter algumas noções e a saber o que não fazer, mas não te ensina a ter graça. Há a "regra dos três", que consiste em dar dois exemplos normais e depois um absurdo. E os três, como têm uma certa música, resultam. Por exemplo, "há três coisas que são certas na vida: a morte, os impostos e... estrangeiros que não sabem falar". Dizes uma coisa absurda, ou que não seja tão certa e supostamente vai ter graça. Há técnicas deste género, mas não quer dizer que tenhas de as usar. São só ferramentas.

### **Quando é que uma piada deixa de ter graça?**

Quando é muito usada. Falar sobre a Maddie ou o Rui Pedro é descabido. É indiferente. Já se fez tanto que podes dizer o que quiseres, nunca vai ser bom. Nunca falei desses temas porque não gosto de falar da atualidade, uma vez que daqui a duas semanas já não interessa. Nos podcasts, é raro eu falar sobre coisas que estão a acontecer agora. Prefiro discutir assuntos, como "o que é que achas de pessoas que bebem café com açúcar?", que funcionam sempre.

### **O humor é uma arte?**

Claro. Estás a criar o teu próprio texto, estás a interpretar e daí despertas emoções nas pessoas, até raiva e tristeza. Eu acho que isso é a definição de arte. Ainda por cima vou tocar piano! É arte a duplicar.

## **Anexo 9**

### **Reportagem sobre as acessibilidades no Metro de Lisboa para pessoas com mobilidade reduzida**

**Título:** Mais de um terço das estações do metro ainda não têm acessibilidades para pessoas com mobilidade reduzida

**Frase de entrada:** Os constrangimentos com que se deparam faz com que algumas pessoas tenham medo de sair à rua e desistam

**Notícia:**

Foi em 2011 que Sérgio Lopes tentou usar o metro de Lisboa pela primeira vez. O objetivo era simples: tratar do Cartão do Cidadão. Mas para Sérgio, tetraplégico desde os 20 anos, ir da Póvoa de Santa Iria ao centro da cidade, na cadeira de rodas elétrica, revelou-se uma tarefa difícil. Acabou por desistir. Sete anos depois, ainda há 20 das 56 estações do metro sem acesso pleno para pessoas com mobilidade reduzida. Nas 36 que têm, através de elevadores, é comum encontrá-los avariados, e o problema do desnível entre as carruagens e plataforma continua por resolver.

Para Sérgio, de 35 anos, sem carta de condução, os transportes públicos são a única alternativa. Uns dias antes de experimentar o metro pela primeira vez, teve o cuidado de ligar para o apoio ao cliente e explicar a sua situação, referindo que a sua cadeira elétrica é muito pesada - 170 quilos - e que não seria fácil ajudá-lo. Asseguraram-lhe que não teria qualquer problema na deslocação. No dia, quando chegou à estação de metro do Oriente, vindo do comboio urbano, Sérgio viu-se confrontado com um desnível de cerca de seis centímetros entre a plataforma e a carruagem do metro. Forçou a entrada várias vezes, mas só conseguiu subir com a ajuda de outros passageiros. "Ao ajudar-me, estavam sujeitos a magoarem-se, a partir alguma peça da cadeira, ou a ferir-me", referiu Sérgio, que acabou por se enganar na saída, desistir do objetivo inicial e voltar para casa.

Ao telefone, apenas lhe tinham pedido para ligar antes para saber se as duas estações (de partida e de chegada) tinham os elevadores a funcionar, "que chegam a estar avariados durante muito tempo".

Um problema com que Va Nancassa, um jovem de 29 anos, com paraplegia completa, também já se deparou inúmeras vezes – faz questão de apresentar queixa. Em 2017, o Metro de Lisboa recebeu 160 reclamações sobre elevadores fora de serviço. Desloca-se numa cadeira de rodas manual e, como não tem carro, Va, que mora na Amadora, serve-se do comboio urbano e do

metro para ir à cidade. Va precisa sempre “da ajuda de terceiros”: nos comboios urbanos, por causa das rampas íngremes; no metro, por causa do desnível. Nas estações do metro, geralmente recorre a um botão localizado junto aos canais de acesso para pedir assistência. No entanto, já esteve mais de meia hora à espera sem obter resposta.

O botão também serve para que um trabalhador do metro desbloqueie o canal de acesso especial – mais largo – que às vezes está bloqueado por só funcionar num dos sentidos. Sérgio contou que o botão não é acessível a todas as pessoas com deficiência. Tem amigos com muito pouca mobilidade nos braços e que, para além de não se encontrarem ao alcance deles, são pouco sensíveis. "Os acessos e a falta de mobilidade fazem com que as pessoas cheguem a ter medo de sair à rua, porque sabem que vão ter uma data de constrangimentos. E a maioria desiste", referiu Sérgio. No *site* do metro, aconselham as pessoas de mobilidade reduzida a viajarem acompanhadas. "Mas deveria haver uma maior facilitação para termos a liberdade de decidir se queremos andar sozinhos ou não", explicou.

Para Va, os autocarros estão fora de questão, porque a frota da Carris - em que apenas 197 dos 600 autocarros são acessíveis – só serve a partir da zona de Alfragide. Às vezes, a única e última alternativa é recorrer a um táxi. Só que alguns taxistas recusam-se a transportá-lo, uma vez que as distâncias que pede são demasiado curtas. “Não posso ir a todos os sítios como uma pessoa normal”, lamentou Va. “Fico mesmo chateado e desmotivado quando chego a algum lado e não consigo entrar.”

Fonte do Metro disse ao DN que está a ser lançado um projeto piloto, no corrente ano, para se disponibilizarem rampas de acesso ao metro em seis estações da rede: São Sebastião, Marquês de Pombal, Restauradores, Saldanha e Alameda. "Contamos continuar este projeto no sentido de equipar todas as estações com a brevidade que nos for possível", acrescentou. Sérgio alertou para o cuidado que é preciso ter nas colaborações entre as associações e as empresas. Para ele, as rampas da CP - que ajudou a testar - são boas. Para uma pessoa com cadeira de rodas manual, como Va, são problemáticas. Isto porque cada caso é um caso.

**Anexo 10**

**Link para a notícia no site do DN:** <https://www.dn.pt/sociedade/interior/um-buraco-negrosem-maneiras-cientistas-detetam-dois-arrotos-seguidos-9042990.html>

**Título:** Um buraco negro "sem maneiras": cientistas detetam dois "arrotos" seguidos

**Frase de entrada:** É a primeira vez que se consegue demonstrar algo que já foi considerado na teoria, a ideia de que os buracos negros funcionam em ciclos

**Notícia:** Astrónomos captaram um espetáculo espacial inédito: duas emissões de partículas do mesmo buraco negro, depois de sugar gás quente, conforme relatam num artigo no *Astrophysical Journal*.

Não é novidade que os buracos negros "ejetam" alguma energia depois de sugarem gás cósmico. Mas o que os astrónomos conseguiram captar desta vez foi um acontecimento inédito, salientam. Com a ajuda dos telescópios espaciais Hubble e Chandra, detetaram o que descrevem como "dois arrotos" de um buraco negro localizado no centro de uma galáxia, a SDSS J1354+1327, a 800 milhões de anos-luz.

"Existem muitos exemplos de buracos negros com ejeções singulares, mas nós descobrimos uma galáxia com um buraco negro supermassivo que emitiu partículas não uma, mas duas vezes", refere Julie Comford, da Universidade de Colorado, EUA, citada pela BBC. "Tivemos a sorte de observar esta galáxia numa altura em que podemos ver claramente sinais de ambos os eventos", acrescenta numa comunicado no site do Hubble.

A astrónoma brinca que os buracos negros têm apetites vorazes, mas não têm "maneiras à mesa", usando uma analogia para melhor explicar o fenómeno: "Imaginem alguém a jantar na cozinha e a comer e a arrotar, a comer e a arrotar. Entras na divisão e há um arrote antigo ainda a pairar no ar. Ao mesmo tempo, a pessoa está a comer a refeição e volta a dar um arrote que fica também no ar."

Um "arrote", neste caso, é a emissão de partículas de grande energia pelos buracos negros, que são expelidas para o espaço interestelar.

O telescópio Hubble captou uma nuvem de gás azul e verde perto do buraco negro, o resultado de uma ejeção anterior que já se tinha expandido até 30 mil anos-luz do buraco negro. Logo depois, os especialistas repararam numa nova ejeção. "Este novo arrote move-se como uma onda de choque bastante rápida", avançou Comford.

É a primeira vez que se consegue demonstrar algo que já foi considerado na teoria, a ideia de que os buracos negros funcionam em ciclos: comer, arrotar, dormir, e começar de novo.

A razão para a dupla ejeção, acreditam os cientistas, tem a ver com o facto de o buraco negro ter feito duas refeições separadas - talvez devido a uma colisão entre galáxias, o que se traduz numa grande quantidade de gás cósmico.

**Anexo 11**

**Link para a notícia no site do DN:** <https://www.dn.pt/media/interior/e-mesmo-verdade-a-apple-torna-os-iphones-mais-lentos-9001804.html>

**Título:** É mesmo verdade: A Apple torna os iPhones mais lentos

**Frase de entrada:** A empresa decidiu implementar a funcionalidade que acaba por tornar os telemóveis mais lentos, quando estes apresentam baterias velhas, baterias com pouca carga, ou quando estão frios

**Notícia:** A Apple veio confirmar esta quarta-feira o que muitos desconfiavam: a empresa torna os iPhones antigos mais lentos.

Na segunda-feira, dia 18 de dezembro, a empresa de software Primate Labs - detentora do Geekbench, medidor de eficácia de processadores - publicou um estudo que mostra que o iPhone 6S e o iPhone 7 vão ficando mais lentos, à medida que o tempo passa.

Em comunicado à Reuters, a Apple admitiu que toma medidas para reduzir o consumo de energia dos telemóveis - o que pode ter como consequência abrandar o processador do aparelho - quando se detetam problemas nas baterias, que se vão degradando ao longo do tempo - o que não acontece unicamente nas da marca.

Por isso, a empresa decidiu implementar a funcionalidade que acaba por tornar os telemóveis mais lentos, quando estes apresentam baterias velhas, baterias com pouca carga, ou quando estão frios. A ideia surgiu no final de 2016, quando vários iPhones começaram a desligar-se abruptamente - isto acontece quando o processador do telemóvel precisa de corrente máxima e a bateria apresenta más condições.

Esta funcionalidade começou a ser incluída nos telemóveis a partir do iPhone6, seguindo-se o 6S, SE e, no último ano, o 7 com a operadora iOS 11.2. A empresa prevê estendê-la para os próximos produtos que se seguirão.

Para os consumidores, não se trata de uma funcionalidade, mas de um "erro" e justificam-no como "obsolescência programada", isto é, uma forma da Apple fazer com que os clientes necessitem de comprar as versões mais recentes do iPhone, refere o The Guardian.

No entanto, um porta-voz da Apple, citado pelo jornal britânico, afirma que "o nosso objetivo é proporcionar a melhor experiência aos nossos consumidores, o que inclui um desempenho geral e o prolongamento de vida dos produtos".

A solução para o problema é trocar a bateria, que tem um custo de 79 dólares - cerca de 66 euros - quando o telemóvel está fora da garantia.

**Anexo 12**

**Link para a notícia no site do DN:** <https://www.dn.pt/pessoas/interior/paris-jackson-toca-ukelele-pelas-ruas-da-bretanha-8949837.html>

**Título:** Paris Jackson toca ukelele pelas ruas da Bretanha

**Frase de entrada:** A modelo de 19 anos diverte-se a tocar ukelele em Rennes, em França

**Notícia:** A filha de Michael Jackson e de Debbie Rowe foi vista a passear pelas ruas de Rennes, norte de França, enquanto tocava ukelele - e o vídeo do momento, que publicou no Instagram, já é um êxito nas redes sociais.

De mochila às costas, luvas sem dedos e ar descontraído, a modelo norte-americana de 19 anos toca o instrumento à noite por uma praça da cidade, enquanto posa com a língua de fora para a câmara.

Aos 17 anos, Jackson admitiu que era alcoólica e que participava em reuniões dos Alcoólicos Anónimos. Também confessou num post nas redes sociais ter tentado suicidar-se, quando, em 2013, se automutilou e tomou 20 comprimidos.

Hoje em dia, a filha do "rei da pop" partilha mensagens inspiradoras e fotografias pacíficas nas redes sociais, transmitindo um estado "zen" e fotografias suas num estilo "hippie", diferente da indumentária das sessões fotográficas que as pessoas estão habituadas a ver.

"Give peace a chance" ("dá uma oportunidade à paz") é uma das frases da "bio" das suas plataformas na Internet. E numa das várias imagens com mensagens motivadoras que coloca no Instagram, lê-se: "Num mundo onde podes ser aquilo que tu quiseses, escolhe ser bondoso".

Jackson é uma das atrizes do filme Gringo, juntamente com Charlize Theron, David Oyelowo e Amanda Seyfried, que estreará nos cinemas a 9 de março de 2018.

**Anexo 13**

**Link para a notícia no site do DN:** <https://www.dn.pt/mundo/interior/escola-retira-estatua-de-um-santo-por-gerar-polemica-8935751.html>

**Título:** Escola retira estátua de santo por ser "potencialmente sugestiva"

**Frase de entrada:** O santo está a estender uma fatia de pão a um jovem rapaz, mas há quem lhe atribua uma conotação sexual

**Notícia:** Uma escola católica australiana cobriu e decidiu retirar uma estátua de um santo por esta poder ser potencialmente sugestiva. A imagem, colocada no pátio da Blackfriars Priory School em Adelaide, representa o santo peruano Martinho de Porres a dar uma fatia de pão a um jovem rapaz. No entanto, o modo como a figura estende o pão, a pouca distância do corpo, levou algumas pessoas a atribuírem à obra uma conotação sexual.

A escola pediu desculpa pela situação e explicou que a estátua, da autoria de um artista vietnamita que já fizera outros trabalhos para a instituição, vai ser refeita por um outro artista. O reitor da escola explicou ainda que o desenho tinha sido aprovado em maio pela instituição. Simon Cobiac confessou não ter visto qualquer problema na obra quando analisada em formato bidimensional. No entanto, quando a versão tridimensional chegou, admitiu a possibilidade de a estátua ser "potencialmente sugestiva".

Nas redes sociais multiplicaram-se as reações ao episódio.

No tweet seguinte pode ler-se: "Uma escola católica em Adelaide teve de tapar esta estátua de um santo a dar pão a um jovem rapaz, dou-te uma pista do porquê".

Algumas pessoas mostraram divertimento em relação ao sucedido, "[a estátua] tem sido descrita como "sugestiva". "Genial" seria melhor..."

Não há informação em relação ao preço da estátua.

Dados revelados pela Comissão australiana para os abusos sexuais citados pela CNN, mostram que entre 1950 e 2015, 7% dos padres australianos foram acusados de abuso infantil e, entre 1980 e 2015, 4,444 rapazes e raparigas admitiram terem sido abusados sexualmente.

**Anexo 14**

**Link para a notícia no site do DN:** <https://www.dn.pt/sociedade/interior/igreja-no-chiado-alvo-de-vandalismo-fachada-ficou-negra-devido-a-fogo-posto-8940872.html>

**Título:** Igreja no Chiado alvo de vandalismo. Fachada ficou negra devido a fogo posto

**Frase de entrada:** Autoridades estão a investigar incêndio registado no passado domingo

**Notícia:** A Igreja de Nossa Senhora do Loreto, no Chiado, em Lisboa, terá sido alvo de um ato de vandalismo no passado fim de semana. Uma parte da fachada do lado direito, acima da escadaria do edifício, ficou pintada de negro, alegadamente devido a fogo posto.

Ao DN, fonte do Comando da PSP de Lisboa revelou que o incêndio foi registado pelos agentes que faziam ronda no local na madrugada de domingo, dia 19 de novembro, às 4:19. O caso está a ser investigado pelas autoridades.

De acordo com "O Corvo", que dá conta de acontecimentos relevantes na capital, suspeita-se de que o incêndio tenha sido ateadado junto à estrutura de um andaime no local, que ali se encontra porque estão a decorrer obras dentro do edifício. Outros focos de incêndio foram detetados na mesma zona da cidade, tendo sido queimados, por exemplo, alguns caixotes do lixo.

Giuseppe Maria Negri, provedor da Igreja do Loreto, que é também conhecida como Igreja dos Italianos, disse ao "Corvo" que o incêndio terá sido intencional, sem acrescentar detalhes. Fonte da paróquia revelou também ao "Corvo" que os estragos não foram graves, mas será necessário limpar a pedra que ficou enegrecida.

A Igreja de Nossa Senhora do Loreto foi construída em 1518, a pedido dos italianos que residiam em Portugal, e foi destruída no terramoto de 1755, tendo sido restaurada após o sismo.