

**O Impacto das Redes Sociais na Imprensa *Online*  
Estudo de Caso no Jornal Expresso**

**Flávia Miranda Barbosa**

**Relatório  
de Estágio de Mestrado em Ciências da Comunicação –  
especialização Estudos dos Media e Jornalismo**

**Maiο, 2016**

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Ciências Comunicação realizado sob a orientação científica do Professor Doutor Jacinto António Rosa Godinho.



## **Agradecimentos**

Para a apresentação deste estudo, é importante que sejam dedicadas algumas palavras de agradecimento às pessoas que estiveram comigo ao longo deste ano de trabalho.

Ao Professor Doutor Jacinto António Rosa Godinho pela partilha de conhecimentos e sugestões que se tornaram fundamentais para o desenvolvimento do meu trabalho, assim como pela disponibilidade prestada ao longo deste ano.

Aos meus pais, João Paulo e Maria, pelo amor incondicional, pelo apoio financeiro, pela confiança depositada nas minhas capacidades, e por todos os dias ensinarem-me a ser uma pessoa melhor e incentivarem-me a não desistir dos meus objetivos.

Ao António, pela disponibilidade, paciência, carinho, amor, compreensão, dedicação e generosidade.

À Joana, não só pelo companheirismo e amizade, como também pelos preciosos conselhos e partilha de experiências ao longo destes dois anos de Mestrado.

À Andreia, pela infinita generosidade, paciência, amizade, preocupação, e pelo incentivo e ajuda ao longo deste trabalho.

# O IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NA IMPRENSA ONLINE

## ESTUDO DE CASO NO JORNAL EXPRESSO

FLÁVIA MIRANDA BARBOSA

### Resumo

Este estudo é resultado de um trabalho durante três meses, entre o dia 2 de novembro 2015 e o dia 1 de fevereiro de 2016, na redação do jornal Expresso *Online*. Desta forma, o objetivo primordial do presente relatório é perceber o impacto que as redes sociais assumem na imprensa *online*, através de um estudo de caso sobre a análise das notícias publicadas no jornal Expresso durante o período 13 de novembro de 2015 a 15 de novembro de 2015. O período em questão refere-se aos atentados de Paris, em que a cobertura realizada pelo jornal permitiu que alcançasse números significativos de visualizações, sendo a maior parte delas através das redes sociais.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo *Online*, Redes Sociais, Internet, Expresso.

### ABSTRACT

This study is the outcome of a three-month work, developed between November 2<sup>nd</sup> 2015 and February 1<sup>st</sup> 2016, in the newspaper office of *Online* Expresso. Thus, the primary goal of this report is to understand the impact that social networks play in *online* press, through a case study on the analysis of the news published in Expresso newspaper during November 13<sup>th</sup> to November 15<sup>th</sup> 2015. This period refers to the Paris attacks, in which the newspaper coverage allowed it to reach significant number of views, most of them through social networks.

KEYWORDS: *Online* Journalism, Social Networks, Internet, Expresso.



# Índice

Introdução.....	1
Capítulo I – O estágio curricular no jornal Expresso .....	4
I.1 O jornal Expresso .....	4
I.2 Descrição da experiência e das tarefas realizadas .....	5
I.3 Dificuldades.....	9
Capítulo II – A influência das redes sociais na imprensa <i>online</i> .....	11
II.1 Situação dos atentados em Paris .....	11
II.2 Jornalismo <i>Online</i> : a fusão entre o jornalismo e a internet.....	11
II.2.1 Redes sociais .....	19
II.2.2 O jornalismo e as redes sociais.....	21
II.3. Estudo de Caso.....	25
II.3.1 Apresentação dos dados.....	27
II.3.2 Resultados.....	34
II.3.3 Considerações Finais .....	40
Conclusão .....	45
Bibliografia Geral.....	50
Anexos.....	54
Anexo 1.....	54
Anexo 2.....	55
Anexo 3.....	56
Anexo 4.....	57
Anexo 5.....	59
Anexo 6.....	62
Anexo 7.....	65
Anexo 8.....	66

Anexo 9.....	67
Anexo 10.....	70
Anexo 11.....	71
Anexo 12.....	72
Anexo 13.....	73
Anexo 14.....	74
Anexo 15.....	76
Anexo 16.....	77
Anexo 17.....	78
Anexo 18.....	82
Anexo 19.....	83

## Índice de Tabelas

Tabela 1.....	27
Tabela 2.....	28
Tabela 3.....	29
Tabela 4.....	30
Tabela 5.....	31

## Índice de Gráficos

Gráfico 1.....	32
Gráfico 2.....	32
Gráfico 3.....	33
Gráfico 4.....	33
Gráfico 5.....	34

## Introdução

A sociedade tornou-se mais interessada e informada a partir do momento que a Internet surgiu. O seu aparecimento fez com que o indivíduo conseguisse aceder aos conteúdos do seu interesse de forma gratuita, em qualquer lugar, e num período de 24 horas por dia. O jornal em papel deixou de ser um meio de comunicação que a população recorre e, conseqüentemente, substituído pela imprensa *online*. Assim sendo, as inúmeras vantagens oferecidas pela comunicação na Internet tornaram-se importantes para o desenvolvimento dos órgãos de comunicação no mundo digital.

A Internet surgiu em meados da Guerra Fria, através de um projeto de pesquisa militar, mas só a partir dos anos 90, e com o aparecimento da “*World Wide Web*”, é que as pessoas começaram a vê-la como um novo meio de comunicação. Desta forma, “(...) a Internet, acumulando segundo a segundo, sucessivas camadas de nova informação, tornou-se a Biblioteca de Alexandria dos tempos modernos, já que nela se reúne praticamente tudo o que diz respeito à nossa civilização” (Vieira, 2007, p. 169).

Com o crescimento da Internet, dos computadores pessoais e da comunicação *online*, surgiram também novas formas de comunicar, nomeadamente as redes sociais. As redes sociais são redes que permitem o contacto e a partilha de experiências com outras pessoas e, ao longo dos últimos anos, têm assumido uma importância significativa no mundo online. *Facebook*, *Twitter*, *Snapacht*, *Youtube*, *LinkedIn*, *Whatsapp*, *Google +*, entre outros, são vários exemplos de redes sociais que muitas pessoas utilizam no seu dia-a-dia. No entanto, o *Facebook* e o *Twitter* são, sem qualquer dúvida, as que a maior parte da população utiliza. O *Facebook* permite ao utilizador ter um perfil pessoal ou página, onde pode partilhar desde fotografia e vídeos até informações, e ainda ter “amigos”, ou simplesmente seguidores. Relativamente ao *Twitter*, é uma rede que tem um limite máximo de comunicação de 140 caracteres e os leitores podem ser “seguidores” uns dos outros. Desde o aparecimento do *Facebook*, em 2004, que o seu crescimento tem sido representativo na sociedade, dado que a maior parte das pessoas possui uma conta nesta rede social e a utiliza com muita frequência. Embora o *Twitter* também seja utilizado por uma significativa parte da população, devido à sua estrutura de comunicação, o número de utilizadores é mais reduzido do que o do *Facebook*. Contudo, não foi só a população que viu neste novo meio de

comunicação potencialidades de se expressar. A comunicação social, ao longo dos anos, tem vindo a apostar significativamente nas redes sociais e a explorar as suas inúmeras possibilidades. Desta forma, “uso das redes sociais por parte do jornalismo tem merecido várias contribuições de académicos e profissionais sobre as vantagens e desvantagens dessa relação” (Rodrigues, 2012, p. 187). O *Facebook* é uma plataforma que permite divulgar e partilhar informação e, ainda, captar novos leitores. No que diz respeito ao *Twitter*, a sua estrutura de comunicação é apontada como ideal para os *breaking news*, além de permitir “ir ao encontro de fontes e concretizar uma maior ligação aos utilizadores, nomeadamente no que diz respeito à interacção e às reacções que caracterizem esta forma de relacionamento” (Rodrigues, 2012, p. 147).

O presente relatório foi elaborado no âmbito do Mestrado de Ciências da Comunicação, com especialização nos Estudos dos Media e do Jornalismo, que prevê a realização de um estágio curricular num meio de comunicação social com a duração de três meses. Entre o dia 2 de novembro de 2015 e o dia 1 de fevereiro de 2016, estagiei no jornal Expresso Digital. Durante este período, os atentados que ocorreram em Paris no dia 13 de novembro de 2015 foram um dos temas de maior impacto no jornal, o que permitiu que o Expresso alcançasse novos valores recorde de visualizações. Nesta linha de sentido, o presente relatório, estruturado em dois capítulos, foi elaborado com o intuito de evidenciar a influência que as redes sociais assumem na imprensa *online*, através de um estudo de caso que tem como base o ataque à capital francesa, concentrando-se na difusão, partilha e visualização de notícias do jornal Expresso durante três dias.

O primeiro capítulo remete-se à descrição do estágio curricular no jornal Expresso durante o período da sua duração. Nesta sequência, ao longo do capítulo, são descritas as tarefas realizadas durante o estágio, explicitando-se a importância que cada uma delas assumiu no meu percurso de estagiária, e ainda as dificuldades sentidas, os pontos positivos e negativos, bem como uma avaliação geral do mesmo.

O segundo capítulo centra-se no tema do relatório, isto é, na influência que as redes sociais manifestam na imprensa *online*. Como referido anteriormente, o ponto de partida deve-se ao facto de o Expresso ter alcançado novos valores de visualizações com a situação dos atentados de Paris e com grande impacto sob as redes sociais. Assim, para a realização do estudo de caso das notícias publicadas no Expresso Digital no dia dos ataques e nos dois dias posteriores, é necessário realizar um enquadramento

em relação ao jornalismo e à Internet, desde o surgimento do papel impresso até ao aparecimento da Internet e do novo meio de comunicação digital, jornalismo *online*, além da explicitação da relação que atualmente existe entre o jornalismo digital e as redes sociais.

O estudo de caso é apresentado sob a forma de tabelas e gráficos com valores relativos às notícias mais visualizadas no *Facebook* em cada dia e também no conjunto dos três dias; às notícias mais vistas no *site* do jornal durante os dias em análise; à evolução do número de sessões ao longo dos três dias no *Facebook*; ao tráfego durante os dias de análise no jornal; e, por último, aos meios das redes sociais mais acedidos ao longo dos três dias.

# Capítulo I – O estágio curricular no jornal Expresso

## I.1 O jornal Expresso

No Edifício São Francisco de Sales, localizado na Rua Calvet de Magalhães, n.º 442, em Paço de Arcos, situam-se algumas das publicações do Grupo Impresa, nomeadamente o Expresso, órgão onde realizei o estágio curricular inserido no Mestrado em Ciências da Comunicação, especialização Estudo dos Media e Jornalismo, da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.

Francisco Pinto Balsemão criou, em 1972, o Sojornal/Expresso com o objetivo de produzir um semanário com qualidade em Portugal, independentemente da censura que o país atravessava naquela época. Dois anos depois, a VASP foi fundada com o intuito de distribuir o jornal Expresso, que tinha chegado às bancas a 6 de janeiro de 1973 (Expresso, 2014). Em 1981, a Sojornal adquiriu parte do seu capital e, atualmente, a VASP é responsável pela distribuição das publicações do Grupo.

Posteriormente à fundação do jornal, o Grupo dedicou-se à edição de revistas, sendo a revista Exame a primeira da lista de publicações. Em 1991, surgiu a denominação “Impresa”, devido à abertura do Grupo a investidores externos e, nesse mesmo ano, o “Grupo Impresa” tornou-se um dos acionistas fundadores do primeiro canal privado, a SIC – Sociedade Independente de Comunicação. Mais tarde, em 2001, a SIC viria a integrar a SIC Internacional e a SIC Notícias, exponenciando o crescimento da empresa até 2008, ano em que se tornou o maior grupo de comunicação social em Portugal (Pacheco, 2013, p. 11).

Atualmente, o Grupo Impresa é responsável pela publicação de jornais e revistas, nomeadamente o *Expresso*, a *Exame*, o *Courrier Internacional*, a *Visão*, o *Jornal de Letras*, a *Visão Júnior*, a *Visão História*, a *Exame Informática*, a *Caras*, a *Caras Decoração*, a *Activa*, a *TVmais*, a *Telenovelas*, a *Blitz* e a *Visão Viagens*.

De 2 de novembro de 2015 a 1 de fevereiro de 2016 estagiei na redação do Expresso *Online* durante 462 horas. Inicialmente, quando me candidatei a um estágio curricular no Grupo Impresa, tinha como objetivo estagiar na redação da revista *Activa* ou em canais de comunicação da SIC, particularmente a SIC Mulher ou a SIC Radical.

Dado que não havia vagas para o período em questão, foi-me proposta a realização de uma entrevista no Expresso. Assim que fui informada que tinha sido selecionada como estagiária, adieei a resposta por um período de dois dias, uma vez que havia um interesse manifestado por parte de outro órgão de comunicação. No entanto, tomei a decisão de optar pelo Expresso por o considerar um jornal de referência.

Assim, no primeiro dia de estágio, apresentei-me na redação às 8h, como me fora indicado, com a expectativa de que seria uma experiência positiva na minha formação e uma escola de jornalismo de grande exigência que me forneceria ferramentas fundamentais para iniciar o meu percurso nesta área.

## **I.2 Descrição da experiência e das tarefas realizadas**

A redação do Expresso ocupa o quarto andar do Edifício São Francisco Sales, onde, de um lado, está instalada a revista Exame, juntamente com jornalistas da E, e no lado oposto, localiza-se o jornal *online*, diário e as suas respetivas secções. As secretárias do meio são reservadas para os principais editores do jornal e os jornalistas do *online* estão próximos dos elementos da direção, em secretárias agrupadas por ilhas.

No Expresso *Online*, os jornalistas têm dois turnos, o das 8h às 16h e das 16h às 00h, sendo o primeiro aquele que me foi atribuído ao longo dos três meses. Durante o estágio, fui orientada pelo Editor de Multimédia do jornal, o jornalista Germano Oliveira, mas com a supervisão do Coordenador de Multimédia, o jornalista Paulo Luís de Castro. Contudo, uma vez que o meu orientador se encontrava a gozar um período de férias nos primeiros quinze dias de estágio, apenas fui orientada pelo Coordenador de Multimédia.

A primeira notícia que elaborei foi destinada à secção Internacional e abordava a história de Günter Schabowski, um antigo porta-voz do Partido Comunista da então República Democrática Alemã (RDA) que tinha falecido no dia anterior, dia 1 de novembro de 2015 (Ver anexo 1). “Morreu Günter Schabowski, o homem que marcou a história com três palavras” é a primeira notícia que recordo como um dos momentos mais relevantes no estágio, dado que não possuía qualquer técnica jornalística e, mesmo assim, o meu trabalho recebeu elogios do Coordenador.

A par da produção de notícias, a recolha de notícias da Agência Lusa era outra das funções que desempenhava. Através de uma plataforma intitulada *Content Station*,

retraía a notícia e colocava-a no *back office* – local onde os textos são introduzidos e posteriormente editados -, alterando apenas o título, a entrada e acrescentando imagens, caso se justificasse. Ao longo do estágio, produzi diferentes conteúdos noticiosos para diversas secções, nomeadamente Internacional, Sociedade, Desporto e Cultura.

As notícias realizadas para a secção Internacional, além de serem colocadas no jornal *online*, eram também alocadas posteriormente no Jornal Diário *Online*, na secção “Mundo”, e retratavam temas da atualidade, sobretudo assuntos relacionados com o Estado Islâmico e o Médio Oriente. No entanto, além das notícias que eram facultadas para produzir, houve situações em que propus conteúdos para o jornal sobre temas que eram notícia em outros órgãos de comunicação social, nomeadamente os estrangeiros. Embora alguns tenham ficado retidos nas caixas de correio eletrónico, houve alguns que foram aceites, como é o caso da reabertura da Fontana de Trevi, em Itália, que foi colocada na secção do Internacional com o título de “Ritual das moedas volta a Fontana de Trevi” (Ver anexo 2).

Para a secção de Desporto, produzi alguns conteúdos relacionados com diferentes temas, nomeadamente um artigo que dá conta da morte de um antigo campeão mundial de pesos-médios no pugilismo, O’Neil Bell, baleado num assalto em Atlanta; outro acerca da invasão do campo de treinos do Seixal por parte dos adeptos do Benfica de forma a manifestarem o seu descontentamento contra os resultados da equipa; e ainda sobre o pai do treinador Julen Lopetegui, que tinha dado uma entrevista a um jornal desportivo português a propósito da situação do filho como ex-treinador do FC Porto. Todavia, nesta secção, a notícia que mais destaque é sobre o despedimento de José Mourinho da equipa de futebol inglesa Chelsea, em dezembro de 2015. Embora esta notícia só tenha sido publicada no dia seguinte ao despedimento, o objetivo do jornal era escrever sobre pormenores desse dia que ainda não tinham sido revelados em nenhum outro órgão de comunicação social português, especialmente detalhes relacionados com a duração da conversa que resultou no despedimento, como o facto de os jogadores da equipa estarem a par da situação. Como resultado final, foi elaborada a notícia “Dez minutos de conversa e um despedimento rápido” (Ver anexo 3).

Como referido anteriormente, ao longo do estágio, produzi muitos conteúdos para a secção Internacional, incidindo sobretudo sobre assuntos da atualidade e editados pelos jornalistas específicos da secção. Todavia, o meu orientador de estágio, por vezes, solicitava-me para escrever a propósito de histórias peculiares que encontrava nos

órgãos de comunicação social estrangeiros. Dentro dessas histórias, o caso que assinalo é o de um turista inglês que estava perdido na Austrália, circulando nas redes sociais fotografias com pedidos de ajuda por parte da irmã. Assim que escrevi esta história, através de um trabalho de pesquisa nos órgãos de comunicação estrangeiros, descobri que o turista era novamente notícia devido ao seu aparecimento, o que fez com que necessitasse de reformular o artigo que tinha escrito anteriormente (Ver anexo 4), especialmente tendo em atenção que, quando as indicações me foram dadas, não se sabia ainda que o jovem em questão tinha já aparecido. Embora a pesquisa que efetuei esteja inserida nos padrões do jornalismo – a necessidade de procura de informação e a veracidade das fontes –, este demonstrou ser um exercício importante, na medida em que permitiu que eu adotasse esse valor do jornalismo de uma forma mais profunda e se tivesse enraizado, mesmo que ele esteja subentendido no trabalho de um jornalista.

A 11 de janeiro de 2016, quando entrei na redação à hora habitual, os jornalistas foram surpreendidos com a morte do cantor David Bowie. Tendo em atenção este facto, rapidamente começaram a ser produzidos conteúdos de forma a atualizar o *site* do jornal com o máximo de informação possível e que estava disponível até ao momento. Entre as tarefas divididas, o Coordenador de Multimédia solicitou-me a realização de um artigo sobre as reações da imprensa internacional à morte do artista. Para isso, investiguei detalhadamente a imprensa internacional e compilei o grande volume de informação que recolhi em apenas um artigo. “ ‘Artista de múltiplos talentos’. É assim que Bowie é recordado” (Ver anexo 5) é o título da notícia que contém informação da imprensa espanhola, americana e inglesa. Ao longo do artigo, estão também presentes *tweets* de figuras conhecidas da música, cinema, política ou apenas de fãs anónimos do artista.

Na última semana de novembro, ainda dentro do primeiro mês de estágio, um jornalista conceituado e experiente da secção Internacional do semanário, José Pedro Castanheira, requereu ao Editor de Multimédia um colaborador disponível para o ajudar com um trabalho urgente e, do conjunto de poucos estagiários de que o jornal dispunha, o jornalista Germano Oliveira escolheu-me como a pessoa indicada para ajudar. O jornalista José Pedro Castanheira estava a escrever uma peça sobre os 40 anos da independência da Angola e, para isso, tinha entrevistado diversos políticos reconhecidos dessa época, sendo um deles o ex-Primeiro-Ministro e ex-Presidente da República de Timor Leste, vencedor de um Nobel da Paz e conhecido como Ramos Horta. Dado que

a secção Internacional tinha um tempo limitado na publicação do artigo e uma das jornalistas responsáveis pela entrevista tinha sido alocada para outro trabalho, pediram-me que transcrevesse a entrevista. No início, revelou-se uma tarefa complexa, uma vez que o som da entrevista era pouco perceptível e a dicção de Ramos Horta difícil de compreender. Todavia, e a par das dificuldades sentidas, foi também uma tarefa interessante de desempenhar, dado que me permitiu obter um conhecimento mais profundo do assunto, bem como desenvolver as minhas capacidades de trabalho e de aprofundamento de competências. Assim que terminei a transcrição da entrevista, o jornalista José Pedro Castanheira pediu-me que seleccionasse as passagens que, na minha opinião, pudessem ser colocadas no artigo final, tendo em conta que a entrevista tinha um período de duas horas e apenas seriam retirados os excertos mais significativos e importantes para o assunto em questão. Quando a peça foi publicada, fiquei visivelmente agradada, uma vez que boa parte das minhas sugestões foi aceite. (Ver anexo 6)

Por último, durante as 462 horas em que trabalhei na redação, houve um artigo que recordo como uma das minhas melhores experiências no Expresso. A poucos dias do Natal, propus ao meu orientador um artigo para a secção de Cultura. A diferença entre este artigo e todos os outros que anteriormente propus centrava-se no facto de este não ter sido influenciado por nenhuma informação oriunda de outro órgão de comunicação, mas por um conhecimento pessoal que se traduziu na conceção, estruturação e redação do mesmo. A proposta direccionava-se na elaboração de um artigo a propósito da abertura de um Centro Interpretativo no conhecido Palácio do Raio, que pertence à cidade Braga e à Santa Casa de Misericórdia de Braga. Nesta linha de sentido, o meu orientador deu uma resposta afirmativa a esta proposta e foi agendada uma notícia de antecipação da abertura do museu. Em vésperas do Natal, e considerando que o museu abriria no dia 29 de dezembro, numa segunda-feira, deixei o artigo finalizado no *back office* e informei o Editor. Todavia, até à data de abertura do Museu, o artigo não tinha sido publicado nem editado. Tendo em conta a situação, em vésperas de abertura, notifiquei por correspondência eletrónica o Editor, de forma a que visualizasse o artigo, dado que não faria sentido ser publicado posteriormente à abertura. Na segunda-feira, precisamente no dia em que o Centro Interpretativo foi inaugurado, o jornalista Germano Oliveira solicitou algumas alterações à peça, uma vez que considerou que o primeiro parágrafo não era aprazível para o leitor. Considerando este facto, a peça foi

reformulada tendo em atenção as alterações indicadas, e publicada no dia seguinte, na terça-feira, dia 30 de dezembro. “Braga tirou da degradação 250 anos de história” (Ver anexo 7) foi um dos artigos mais importantes ao longo dos três meses na redação do Expresso, uma vez que estabeleci contatos próprios com fontes de informação, nomeadamente com a pessoa encarregue e responsável da abertura do Centro Interpretativa, aliado ao facto de ter sido um tema que sugeri. Além disso, foi um dos textos mais lidos da semana, merecendo o sétimo lugar no *ranking* dos artigos mais vistos do *site* e com direito a número significativo de partilhas, «gostos» e comentários na rede social *Facebook*.

### **I.3 Dificuldades**

Confrontando as minhas expectativas iniciais com o resultado final, avalio positivamente a experiência neste estágio. No entanto, pontualmente assinalam-se alguns aspetos menos positivos, como por exemplo a inexistência de resposta por parte dos editores quando propunha novos temas para notícias ou ainda o esquecimento quando o tema era aceite, e apesar de haver um alerta para o facto da notícia estar em *back office*, por lapso não era visto.

Além disso, outro aspeto que saliento como menos positivo na redação do Expresso *Online* é o facto de não ter realizado trabalho de campo para a elaboração de reportagem ou notícia. Ao longo dos três meses, o estágio decorreu dentro da redação e a única vez que mantive algum contacto com fontes foi na notícia que me propus elaborar referente ao Centro Interpretativo da Santa Casa da Misericórdia de Braga. Considero o trabalho de campo inerente à produção de uma notícia ou reportagem importante e relevante para um estágio numa redação de um jornal, dado que, a meu ver, este aspeto torna-se uma mais-valia na experiência de um estagiário e no seu crescimento enquanto jornalista.

Nas notícias do Internacional, nas que se referiam aos temas da atualidade, houve situações em que senti algumas dificuldades na sua conceção, uma vez que eram sobre assuntos em que não estava muito confortável, fazendo com que alguns dos textos tivessem mais correções do que o habitual. No entanto, é relevante salientar que todos os jornalistas encarregues de editar os textos que produzi se revelaram profissionais no cumprimento das suas funções, apontado os meus erros e aconselhando-me formas e métodos mais eficazes de aperfeiçoamento da minha escrita.

Em última instância, a análise global que faço deste estágio curricular é francamente positiva (Ver anexo 8), dado que consegui assimilar e desenvolver ferramentas imprescindíveis e nucleares para o exercício da profissão de jornalista, aliado ao facto de o ambiente da redação ser agradável, de camaradagem e repleto de jornalistas profissionais, rigorosos e que partilharam comigo os seus conhecimentos e experiência.

# Capítulo II – A influência das redes sociais na imprensa *online*

## II.1 Situação dos atentados em Paris

No dia 13 de novembro de 2015, Paris foi palco de atentados que provocaram mais de uma centena de mortos. A cobertura noticiosa do Expresso Digital, no sábado 14 de novembro (um dia depois do ocorrido), atingiu um número recorde, com 753,040 visitas ao *site*. A maior parte das visitas resultou do tráfego móvel, que nesse mesmo dia, chegou a ultrapassar os 50%, e da partilha da informação atualizada nas redes sociais, com maior destaque para o *Facebook*. Tornou-se vulgar o crescimento do jornal nas diversas plataformas *online* que apresenta, nomeadamente *Facebook* e *Twitter*. Neste sentido, o trabalho a desenvolver centra-se na análise das notícias do dia do atentado e dos dois dias posteriores, de forma a tentar perceber a influência das redes sociais na imprensa *online*. Para isso, importa fazer não só um enquadramento em relação ao jornalismo e à Internet, mas também explicitar a relação entre jornalismo digital e redes sociais.

## II.2 Jornalismo *Online*: a fusão entre o jornalismo e a internet

A Internet surge no contexto da Guerra Fria, mais precisamente em 1969, através de um projeto de pesquisa militar, cujo propósito era o de garantir a comunicação a nível estratégico e científico entre os militares. Nessa altura, os computadores eram ferramentas que ocupavam salas inteiras e a Internet era usada como um recurso que possibilitasse a sobrevivência dos canais de comunicação em caso de guerra. Daí que, entre os anos 60 e 80, a Internet era um domínio que pertencia aos centros académicos e militares (Steganha, 2010, p. 15 ).

No entanto, em 1972, foi utilizada para outro fim, nomeadamente a troca da primeira correspondência eletrónica. Nesta altura, as pessoas associavam os computadores em rede a ferramentas que permitiam substituir o correio tradicional ou telefone através do serviço de correspondência eletrónica (Vieira, 2007, p. 172).

Foi na década de 90 que começaram aparecer os primeiros computadores pessoais, e que permitiram substituir os computadores iniciais, que continham um grande número de botões e ocupavam salas inteiras. Nessa mesma época, Tim Berners-Lee desenvolveu um projeto para simplificar a navegação em rede, mais conhecida como *World Wide Web* (WWW) (Steganha, 2010, p. 16). Na altura em que a *World Wide Web* apareceu, a Internet não só não era interativa, com também não era atraente, apresentando apenas um conjunto de páginas isoladas, permitindo aos internautas procurar informação e trocar mensagens via email.

Apesar dessas suas características iniciais, e com o decorrer do tempo, a *World Wide Web* permitiu facilitar a publicação de textos, além da produção e edição, e, ao mesmo tempo, a sua constante atualização, através de uma forma rápida e eficaz e sem custos de distribuição. Desta forma, “(...) a Internet esbateu restrições físicas impostas pelo tempo e espaço e permitiu ao indivíduo comum aceder, pela primeira vez, aos seus conteúdos de interesse em qualquer lugar, 24 horas por dia, gratuita e instantaneamente” (Pires, 2013, p. 53).

Tendo em atenção este facto, a Internet tornou-se um novo meio de comunicação da população, embora no seu início, para comunicar, fosse necessário respeitar o cumprimento de determinados critérios, técnicas e linguagens adaptadas a diversas plataformas.

Todavia, e dado que a Internet estava em expansão, e como nota Bastos, muitas empresas do mundo do jornalismo viram neste novo meio de comunicação “(...) uma nova oportunidade para veicularem os seus conteúdos, tirando partido das potencialidades da publicação eletrónica na rede mundial de computadores (...)” (Bastos, 200, p.106).

Desta forma, o jornalismo deixava de ser apenas produzido para determinados formatos, mas obrigado a incluí-los numa plataforma acessível através de um clique. Neste sentido, estava-se perante o nascimento de um novo género de jornalismo, divulgado através das novas tecnologias, mais precisamente da Internet: o “Jornalismo *Online*” (Martins, 2013, p. 5).

Embora vários autores caracterizem o jornalismo *online* com diferentes conceitos, nomeadamente webjornalismo, ciberjornalismo, jornalismo digital, jornalismo eletrónico e jornalismo de multimédia, a ideia é sempre a mesma: produzir conteúdos noticiosos, publicar e divulgar na internet (Martins, 2013, p. 5).

Nos finais de 1994, e segundo o que Vivian da Silva Corrêa menciona sobre o *Newspaper Association of America* no seu artigo “Periodismo Digital: Intersecção e Desmaterialização”, nos Estados Unidos da América já existiam cerca de 70 publicações periódicas *online*. (Corrêa, 2009, p. 10) As primeiras versões eletrónicas eram arquivos das edições em papel e apresentavam poucas imagens (Pastoria, 2011, p. 24). Desta forma, entre os anos de 1994 e 1997, assistiu-se ao acentuado crescimento dos jornais *online* (Bastos, 2000, p.110).

Não obstante, antes do período significativo de expansão jornalística *online*, nos anos 70, o jornal norte-americano *New York Times* já realizava publicação de notícias *online*. De acordo com o interesse temático que os assinantes do jornal tinham à época, o *New York Times* publicava resumos e textos completos de notícias das suas edições, quer fossem mais antigas ou recentes .

Tendo em conta que a Internet estava a expandir-se significativamente, é importante referir que a mudança do analógico para o digital é uma mais-valia para o jornalismo, tendo em consideração o número elevado de vantagens que a comunicação digital apresenta: em primeiro lugar, a capacidade de difusão da informação é universal, isto é, é possível consultar a Internet e ser um elemento ativo na rede, desde que o acesso seja garantido. Com a publicação da notícia na Internet, é permitido ao jornalista modificar, a cada momento, a informação ou reinserir novo conteúdo (Vieira, 2007, p. 174).

Além disso, e tal como nota Vieira, a Internet permite eliminar uma série de factos intermédios que são obrigatórios na produção analógica de informação, aproximando-se de uma comunicação em tempo real. A acrescentar a este facto, neste novo meio de comunicação, a acumulação de informação é infinita, uma vez que os

sistemas informáticos apresentam uma capacidade de memória significativa (Vieira, 2007, p. 167 e 168).

De acordo com Cardoso, é relevante salientar que a Internet não veio colocar em causa o modelo jornalístico ou substituiu outros meios de informação. Pelo contrário, permitiu modificar “(..) essa relação entre produtor e fruidor de informação bem como a outros níveis como fontes” (Cardoso, 2006, p. 262).

Todavia, em relação ao jornalismo *online* torna-se essencial referir algumas características que o compõe e que o tornam diferente do conhecido jornalismo tradicional. Segundo a perspectiva de Bardoel e Deuze, que a autora Célia Martins menciona no seu artigo “Jornalismo Online: a convergência dos meios”, existem seis diferentes características no jornalismo produzido na internet.

A primeira refere-se à multimedialidade, uma compilação de vários formatos dos meios de comunicação social tradicionais na produção e divulgação de conteúdo noticioso. Trata-se da conjunção de elementos como o texto, imagem e som. A segunda característica é a interatividade. Para alguns atores e jornalistas, esta é uma das grandes promessas do jornalismo *online* e uma característica fundamental da Internet. A interatividade é importante no meio jornalístico, dado que permite ao leitor interagir com o conteúdo noticioso publicado através de partilhas e comentários.

Deuze considera que a interatividade de conteúdo compreende essencialmente dois aspetos: navegacional, tendo em conta as ferramentas existentes para a escolha e experimentação da página em si; e adaptativa, ou seja, o conjunto de ferramentas de personalização do *site* (Neto, 2006, p. 187).

A hipertextualidade é a terceira característica do jornalismo digital. Segundo o Fernando Zamith, “(...) o termo hipertexto foi inventado em 1965 por Ted Nelson para designar a escrita e a leitura não linear dos sistemas de computadores” (Zamith, 2008, p.

28). Bardoel e Deuze definem a hipertextualidade como a convergência entre textos, imagens, sons ou vídeos interligados e que são partilhados através de hiperligações.

Tal como nota Zamith, “é consensual que a hipertextualidade, a multimedialidade e a interatividade são características fundamentais da Internet e, por arrasto, as mais importantes potencialidades que a produção jornalística na e para a Internet pode explorar” (Zamith, 2008, p. 27) .

A personalização é a característica número quatro: no jornalismo *online*, são os leitores que definem o género de informação que querem consumir e, para isso, apenas recorrem ao conteúdo que querem ver e definem a forma como o querem receber. A memória característica posterior, permitindo aos leitores aceder a conteúdos mais antigos, uma vez que há uma maior produção de informação noticiosa no digital do que nos meios de comunicação tradicionais.

(...) a Internet tem uma capacidade de acumulação de conteúdos praticamente ilimitada. Nunca antes foi possível aos media guardar, reutilizar e disponibilizar todo o seu arquivo num único local acessível a qualquer momento e em qualquer ponto do planeta (Zamith, 2008, p. 31).

Em último lugar, salienta-se a instantaneidade. A Internet é um meio muito rápido e, atualmente, com o avanço da tecnologia, o utilizador acede à rede em qualquer lugar e de forma instantânea.

A capacidade de publicar instantaneamente em qualquer conteúdo jornalístico (...) sem ter de esperar pela hora do noticiário radiofónico ou televisivo ou pelo momento em que o jornal impresso começa a ser distribuído, é outra das pequenas revoluções causadas pela Internet (Zamith, 2008, p. 32) .

Desta forma, a facilidade de produção e divulgação de informação e, ainda a atualização de informações ou o desenvolvimento de assuntos, são alguns dos pontos mais importantes no jornalismo digital (Martins, 2013, p. 6 e 7).

Embora este conjunto de características seja importante na definição do jornalismo digital, a disposição do conteúdo e o aspeto gráfico do jornal na Internet são dos meios essenciais para apelar o leitor. Neste sentido, é necessário que o aspeto seja claro e que existam separadores concisos no portal do jornal, de forma a tornar a navegação mais simples e rápida para o leitor (Martins, 2013, p. 8). Em acréscimo, há uma certa tendência de se compilar a imagem, o som e o vídeo como elementos de informação, o que é possível no jornalismo *online* através da hipertextualidade, mas não o é no jornalismo tradicional. O objetivo da conjugação destes três elementos é captar uma maior atenção do leitor. Por isso, podemos referir que, cada vez mais, no mundo jornalístico, existe uma união do jornalismo radiofónico e televisivo num jornalismo de imprensa.

Como acima mencionado, uma das vantagens da comunicação digital é a modificação da informação ou reinserção de um novo conteúdo assim que for necessário. Segundo Canavilhas, mencionado por Ana Pastoria no seu artigo “Periodismo Digital: Intersecção e Desmaterialização”, esta vantagem dá origem a um fenómeno que o autor intitula como “pirâmide deitada”. De acordo com o jornalismo tradicional, sempre que uma notícia é produzida deve-se respeitar as regras da pirâmide invertida do jornalismo, isto é, responder às questões “o quê?”, “quando?”, “onde?”, “como?”, quem?” e “porquê”. No entanto, para este autor, no jornalismo digital a pirâmide é deitada, dado que é estruturada da seguinte forma: primeiro responde-se ao essencial (o quê, quem, quando e onde) e só posteriormente é que se dá resposta ao “como” e ao “porquê”. Através da informação que responde a estas duas questões (“como” e “porquê”), é possível contextualizar o leitor de forma mais completa, com o fornecimento de informações mais amplas, através do formato textual ou multimédia. Por último, no jornalismo *online*, é permitido relacionar o artigo que o jornalista está a trabalhar com outras publicações anteriores, que sejam importantes para o tema, ou ainda com ligações externas. Assim sendo, esta pirâmide permite transmitir ao leitor o máximo de informação que seja relevante para ele, num curto espaço de tempo, uma vez

que, cada vez menos, os leitores têm tempo para ler toda a informação (Pastoria, 2011, pp. 28, 29 e 30).

Em resumo, a Internet permitiu que o jornalismo se tenha expandido para vários meios de comunicação. Há cada vez mais notícias e conteúdos e os media disputam a atenção dos leitores através de várias plataformas.

#### **a) O jornalismo *online* em Portugal**

Como acima mencionado, os primeiros jornais *online* surgiram nos Estados Unidos da América em 1994. No que diz respeito a Portugal, durante a mesma época, foram os primeiros diários generalistas de expansão nacional que começaram a introduzir-se no mundo digital e a atualizar diariamente o seu respetivo noticiário. Assim sendo, o número de órgãos de comunicação social portugueses presentes na Internet cresceu de forma acentuada em 1995. Três anos mais tarde, em 1998, os jornais matutinos Público e Jornal de Notícias, foram os primeiros a apresentar uma dimensão *online* (Bastos, 2009, p.1).

A primeira edição na *web* do Jornal de Notícias (JN) foi lançada a 26 de julho de 1998. O JN tornava-se assim o primeiro diário de informação a atualizar as suas notícias numa plataforma digital. Seguindo os mesmos passos, a 22 de setembro de 1995, foi a vez de o Público colocar as suas edições diárias na *web*. Embora ainda se encontrasse numa fase experimental, em junho, o jornal já disponibilizava na página do *site* um dossiê intitulado como “Público Eleições-95”, que concebia uma cobertura das legislativas, que haviam sido disputadas a 3 de Outubro (Bastos, 2009, pg.1).

Relativamente ao Diário de Notícias, quando o jornal completou 31 anos a 29 de dezembro de 1995 – começou a colocar a sua edição diária na *web*. No entanto, até setembro de 2001, o matutino apenas publicava *online* conteúdos que haviam sido produzidos em papel, não havendo secções autónomas, nem a produção de conteúdos específicos para o digital.

Na televisão, a 28 de Maio de 1993, a RTP era o primeiro órgão de comunicação social a registar oficialmente o seu domínio. Apesar de os canais privados já existirem, o primeiro que decidiu inserir-se no mundo da Internet foi a TVI, em 1996. A partir desse ano, mais precisamente a 12 de janeiro, o “Novo Jornal” da TVI começou a estar presente na página oficial *online* (Bastos, 2009, p.4).

A presença dos jornais no mundo *online*, em Portugal, durante a primeira década, ficou marcada, em termos gerais, por uma fase experimental. Embora tenha sido longa e reveladora, havia muitas hesitações por parte das empresas jornalísticas. Contudo, é importante realçar que houve uma fase de expansão tão acelerada e intensa quanto curta, assim como também uma fase de estagnação prolongada, marcada por investimento a contracorrente (Bastos, 2009, p.10). Atualmente, as redações do jornalismo *online* encontram-se em fase de mutação.

#### **b) O Expresso no mundo *online***

O Expresso foi o primeiro semanário a introduzir-se no novo mundo do jornalismo *online*. A sua primeira presença na Internet foi experimental, no dia 17 de julho de 1997. A notícia sobre esse acontecimento foi publicada numa breve da primeira página da versão em papel, na qual o semanário prometia começar “brevemente” a publicar conteúdos na *web* e as suas edições integrais (Bastos, 2009, p.3).

Depois do Expresso, o Grupo em que ele está inserido— Grupo Impresa — anunciava as suas primeiras atividades *online* em dezembro de 2000. Desta forma, o Expresso e a SIC tinham como objetivo criar uma maior integração entre elas e adotar uma estratégia “mais agressiva”. De acordo com Helder Bastos, Emídio Rangel, pretendia integrar a SIC *Online*, a SIC Notícias e a SIC Generalista numa “plataforma SIC” e na “maior fábrica de notícias em Portugal”.

No entanto, com a evolução do *online*, o Expresso, em finais de março de 2001, acabara com a atualização de notícias *online* e despedira metade da redação. Devido a esta situação, o jornal sentiu-se obrigado a reajustar editorialmente o *site*. Assim sendo, a reestruturação do Expresso surgia na véspera do lançamento da *Visão Online*, publicação que também pertence ao Grupo Impresa. Segundo Helder Bastos, o diretor adjunto do jornal, José António Lima, explicara que o problema tinha sido o facto de o jornal ter aumentado a redação numa fase em que havia um enorme crescimento da internet, a nível nacional e internacional (Bastos, 2009, p. 5 e 6).

Dado que as receitas de publicidade não haviam correspondido às expectativas, a alternativa era limitar, de forma gradual, os acessos aos conteúdos do jornal, obrigando os potenciais clientes a pagar por aquilo que consultavam. Por isso, em setembro de 2005, o Expresso anunciava alterações a nível de grafismo e de conteúdo do seu *site*. Em março de 2006, lançava o primeiro serviço de *podcasting* no jornal, uma tecnologia digital que agora estava presente no *online* e permitia aos leitores realizarem nos seus computadores a importação, em formato de áudio, dos conteúdos do jornal impresso. No ano seguinte, em setembro, as apostas do jornal direccionavam-se na valorização de vídeos, fotogalerias, *podcasts* e na interação com os leitores (Bastos, 2009, p. 9).

## **II.2.1 Redes sociais**

O jornalismo sofreu, ao longo dos séculos, profundas mudanças, desde o desuso do jornal impresso até ao crescimento do jornalismo *online*. Contudo, com o advento da tecnologia e com o objetivo de atrair os leitores e manter a competitividade no mercado, os órgãos de comunicação social sentiram a necessidade de recorrer a novas formas de comunicação. Para isso, começaram a utilizar as redes sociais como meio de divulgação da informação. Primeiramente, torna-se essencial definir o conceito de redes sociais. As redes sociais são redes que permitem o contacto e a partilha de experiências entre diversos utilizadores. Segundo Nobre & Magalhães, é possível expressar a comunicação de formas distintas, podendo esta ser textual, audiovisual ou imagética (Nobre & Magalhães, 2010, p. 2).

O *Facebook*, o *Twitter*, o *Whatsapp*, o *Youtube* e o *Snapchat* são alguns dos exemplos de redes sociais utilizados pela população. Contudo, ao longo deste trabalho serão apenas analisadas as duas redes sociais mais utilizadas pela população e pelos órgãos de comunicação social, nomeadamente o *Facebook* e o *Twitter*. Embora o jornal Expresso utilize as redes sociais como o *Whatsapp* e o *Snapchat* - uma forma de comunicação realizada através de uma fotografia ou vídeo que pode ser vista no máximo em dez segundos, sendo pioneira em Portugal, para efeitos do estudo do caso, o *Facebook* e o *Twitter* são unicamente as duas ferramentas de comunicação importantes para análise, uma vez que apresentam dados estatísticos que possam ser trabalhados, enquanto sobre o *Snapchat* e *Whatsapp* não existem dados disponíveis que permitam fazer uma análise rigorosa. Todavia, para uma abordagem mais pormenorizada e real, é essencial definir estas duas redes sociais.

O *Facebook* é uma das redes sociais mais conhecida do mundo. Em 2004, Mark Zuckerberg, na altura aluno da Universidade de Harvard nos Estados Unidos da América, criou um sistema de rede americano que permitia aos alunos que estavam a entrar na Universidade, e a todos aqueles que se encontravam na mesma, contactar-se e partilharem experiências. Inicialmente, era apenas direcionado aos alunos de Harvard que, para acederem à rede, necessitavam de ter um correio eletrónico associado à Universidade. No entanto, no ano seguinte, em setembro, a rede expandiu-se para mais escolas e, posteriormente, estendeu-se à população mundial, funcionando através de perfis e comunidades (Francisco, 2010, p. 10).

Nesta rede social, as pessoas criam perfis e pedem em “amizade” outras pessoas, de forma a que possam ver os perfis uns dos outros. No entanto, também é possível criar páginas, cujo acesso à informação é concedido através de um clique no botão «gosto».

O *Twitter*, por sua vez, foi fundado pelo trio composto por Jack Dorsey, Biz Stone e Evan Williams, tendo começado como um projeto para a empresa Odeo, em 2006. No entanto, rapidamente se tornou mundialmente conhecido e, entre 2008 e 2009, a comunicação social descobriu as potencialidades que os seus contributos poderiam dar aos media e o seu crescimento aumentou significativamente (Francisco, 2010, p. 11).

Esta rede social permite aos seus utilizadores comunicar com outras pessoas sobre algum tema, através de uma forma sucinta, e com um limite máximo de 140 caracteres por publicação. Ao contrário do *Facebook*, não há “amigos”, mas “seguidores” do perfil das pessoas. Apresenta-se incorporado no conceito de *microblogging*, que é uma forma de comunicação ágil e fácil de publicar conteúdos e que permite a difusão da informação através de diferentes formas, como o telemóvel, *email*, *web*, etc (Nobre & Magalhães, 2010, p. 62).

Um utilizador procura esta rede social para ler notícias, estar atualizado sobre determinados assuntos, nomeadamente situações dos familiares ou amigos, e, ainda, para opinar sobre algum tema, produto ou serviços. “Neste sentido, esta rede social surge como uma plataforma que serve para trocar e divulgar informações com a comunidade em rede” (Mota & Barbosa, 2014, p. 6).

Existe também um item intitulado como *trending topics*, que tem o propósito de divulgar os assuntos mais procurados e comentados pelos utilizadores. Por isso, se os utilizadores clicarem nesses tópicos, conseguem aceder a toda a informação que está a ser discutida sobre determinado assunto. Considerando este facto, o *Twitter*, além de possibilitar a difusão de informação, permite também o debate sobre várias informações, além da partilha das mesmas (Recuero, p. 10).

## **II.2.2 O jornalismo e as redes sociais**

O *Facebook* e o *Twitter* são as redes sociais mais utilizadas pelos órgãos de comunicação social e pela população em geral. Ao longo dos anos, os media começaram a inculcar na sua comunicação estas plataformas como distribuidoras da informação. No *Facebook*, a maior parte dos jornais criou a sua própria página, onde partilha todas as notícias, juntamente com o *link* do seu *website*. A prática traduz-se na escrita de, geralmente, duas ou três frases que resumam o conteúdo, com o objetivo de informar minimamente o leitor sobre o assunto, atraindo-o para a notícia completa de forma instantânea e gratuita. Além disso, os utilizadores também podem comentar a notícia no *Facebook*, partilhá-la e colocar “gosto”.

O *Twitter*, como está inserido no conceito de *microblogging*, torna-se uma ferramenta de comunicação mais ágil na distribuição e disponibilização da informação, assim como na cobertura dos acontecimentos e, por isso mesmo, uma rede que a comunicação social recorre constantemente. No entanto, o seu sistema só permite escrever no máximo 140 caracteres, o que faz com que sejam “(...) distribu[í]das de mensagens-*teaser* de uma notícia, contendo um *hyperkink* para notícia completa no corpo da mensagem” (Nobre & Magalhães, 2010, p. 4). Desta forma a maior parte “(...) dos canais noticiosos passou a disponibilizar no *Twitter* apenas os cabeçalhos das notícias, funcionando como resumo da mesma, e incluindo uma ligação para o seu artigo completo” (Nobre & Magalhães, 2010, p. 4).

A real vantagem deste novo formato reside no factor da simplificada partilha de informação por parte dos utilizadores: ferramentas de *microblogging* como o *Twitter* promovem a partilha de informação relevante de uns utilizadores para os outros, de tal forma que um simples *tweet* de um canal noticioso pode facilmente chegar à lista de milhares de utilizadores não seguidores, segundo um efeito tipo bola-de-neve (Nobre & Magalhães, 2010, p. 4).

Atualmente, as pessoas não acedem só à Internet através do computador. Há cada vez mais um aumento do consumo móvel, o que faz com muitos leitores acedam às redes sociais através dos *smartphones* e *tablets*. Além disso, com o avanço da tecnologia e com a constante mudança nas redes sociais, há um novo formato de acesso a qualquer assunto. As *hashtags* são uma nova estruturação dos conteúdos que permitem que o leitor aceda a qualquer tema ou assunto, através de um simples clique sobre a mesma.

Contudo, não se devem considerar as redes sociais incompatíveis com o jornalismo. Pelo contrário, elas são complementares aos jornalismo, uma vez que republicam informações, são uma mais-valia na proximidade com público e concentram a informação e sob diferentes pontos de vista. Além disso, são também importantes, por permitem conhecer os géneros de notícias mais consumidas pelo público, as notícias que despertam uma maior atenção, possibilitando, através delas, a descoberta de novos assuntos também relevantes ainda por explorar (Jácomo, 2013, p. 48)

É seguramente uma mais-valia ter esta proximidade com o público através de uma rede social, na medida em que a relação virtual estabelecida com o possível cliente, possibilita ouvir e responder com base nos seus inputs, podendo a empresa transformar os seus produtos/serviços de forma célere e adequada às necessidades do mercado (Nobre & Magalhães, 2010, p. 3)

A verdade é que através das redes sociais há um maior número de informação que fica disponível a todos os leitores a uma escala global, e que permite que a atividade jornalística se amplie. Além disso, as informações de última hora são uma mais-valia ao órgão de comunicação social, porque consegue divulgar as mensagens de forma imediata, mesmo que ainda não esteja finalizada. O jornal coloca o termo “em atualização” na notícia partilhada, de forma a que o leitor consiga aceder à informação que o jornal apresenta até aquele momento, e permitindo ao jornalista reformular o conteúdo assim que for possível. Desta forma, o jornal, ao divulgar essa informação de forma imediata, possibilita ao leitor a partilha da notícia automaticamente e numa fração de segundos.

No caso do *Twitter*, que tem a funcionalidade dos *retweets*, a divulgação da informação e a difusão das notícias sucede-se de uma forma mais rápida. Assim sendo, uma das características mais importantes do *Twitter* para o jornalismo é a velocidade da informação que esta rede social consegue transmitir aos leitores e, ao mesmo tempo, criar uma proximidade e ligação com os mesmos.

Com as redes sociais, os jornais conseguem partilhar diversa informação, desde notícias a reportagens mais extensas. Todavia, e uma vez que todos os órgãos de comunicação social fazem essa partilha, o leitor possui uma maior disponibilização de conteúdos, o que possibilita que tenha diferentes ângulos de abordagem do tema e opiniões (Carrilho, 2012, p. 36).

Atualmente, as redes sociais permitem que o leitor seja também um produtor de informação. Em muitas situações da atualidade, como é o caso de acidentes e atentados, entre outros, o utilizador, através do seu *smartphone* ou *tablet*, consegue tirar

fotografias ou então colocar um simples estado nas redes sociais, de forma a explicar a situação que está a presenciar. Tendo em conta este facto, o jornalista que lê a informação do leitor entra em contacto com o mesmo, com o intuito de recolher mais informações sobre assunto e poder assim completar a notícia.

*Gatewatching* foi um conceito cunhado por Alex Bruns (2005) para se referir à participação do público na produção de informação e à consequente necessidade de redefinir o conceito de *gatekeeping*, enfatizando também a ideia de *prosumer* (consumidor-produtor) (Rodrigues, 2012, p. 141).

Não obstante a pertinência deste conceito, que é importante para um visão de conjunto, importa mencionar que para este estudo ele não tem aplicabilidade, uma vez que não interessa acrescentar, para frisar, a dimensão que importa explorar.

## II.3. Estudo de Caso

Face ao enquadramento teórico apresentado no início do Capítulo II, e de acordo com o objeto de estudo proposto, surge a necessidade de analisar o impacto que as redes sociais conseguem ter na imprensa *online*. Para uma análise mais detalhada e pormenorizada sobre a influência das mesmas no jornal *Expresso Online*, o meu estudo incidirá na cobertura noticiosa deste meio de comunicação, num período máximo de três dias (13 a 15 de novembro de 2015), que correspondem ao dia exato e aos dois dias posteriores aos atentados ocorridos em Paris.

Num primeiro momento será apresentada a metodologia, privilegiando a clarificação dos conceitos que constituirão uma base de entendimento comum acerca das aceções; posteriormente serão apresentados os dados estatísticos em gráficos e tabelas, para, no final, se proceder à apresentação dos resultados inferidos a partir das estatísticas, bem como algumas considerações de relevo.

- **Metodologia**

Para a análise dos três dias propostos para o estudo de caso do jornal *Expresso Online* foi necessário, em primeiro lugar, recolher as notícias referentes aos atentados e que foram publicadas desde o dia 13 até ao dia 15 de novembro de 2015. Num segundo momento, o *Expresso* facultou os dados estatísticos sobre o tema de estudo, através da ferramenta de análise *Google Analytics*, meio através qual o jornal controla e gere as redes sociais e o *site*.

Não obstante, para um entendimento mais profundo torna-se importante definir dois conceitos essenciais, nomeadamente de *Sessão* e *Pageviews*. Desta forma, por *Sessões* entende-se o conjunto de interações que ocorrem num *website* num dado período de tempo, ou seja, uma sessão pode “conter várias visualizações de página ou ecrã, eventos, interações sociais e transações de comércio eletrónico”<sup>1</sup>. No que diz respeito às

---

<sup>1</sup> Fonte: <https://support.google.com/analytics/answer/2731565?hl=pt> [Consultada em 2016-04-10]

*Pageviews*, estas são definidas como uma visualização numa página de um *site* “que está a ser acompanhada pelo código de acompanhamento do *Analytics*”<sup>2</sup>, ou seja “se um utilizador atualizar a página depois de aceder à mesma, esta ação será contabilizada como outra visualização de página”<sup>3</sup>. De acordo com a entrevista concedida pelo jornalista Ricardo Martins Pereira, diretor da revista online *New in Town* (Ver anexo 9), as visualizações realizadas pela redação também contam, embora “a percentagem relativamente aos valores globais não dev[a] chegar aos 0,5 por cento, por isso não nos parece um valor suficientemente relevante para as excluirmos”.

Com a elaboração deste estudo de caso, pretende-se verificar quais são as redes sociais que contribuem para um maior número de visualizações das notícias *online* no jornal Expresso, assim como, o impacto que elas causaram no conjunto de notícias do jornal ao longo dos três dias de evidência.

Todavia, é importante mencionar que, para o estudo em questão apenas serão utilizados dados estatísticos referentes às notícias mais lidas no *site* e no *Facebook*, uma vez que não foi possível facultar os dados do *Twitter*.

---

<sup>2</sup> Fonte: <https://support.google.com/analytics/answer/1257084?hl=pt> [Consultada em 2016-04-10]

<sup>3</sup> Fonte: <https://support.google.com/analytics/answer/1257084?hl=pt> [Consultada em 2016-04-10]

## II.3.1 Apresentação dos dados

**Tabela 1 - Notícias mais visualizadas no dia 13 de novembro de 2015 no Facebook**

Notícias	Secção	Sessões	Data
“Se ela quiser não é pedofilia, é Amor”. Não, meus senhores, é crime.	Blogues	72,121	13/nov/15
Nova Zelândia. Discurso de estudante com cancro terminal emociona colegas e pro	Internacional	16,599	11/nov/15
Conheça os 53 novos aviões da TAP por dentro e por fora	Economia	16,071	13/nov/15
"Faltam regras na educação das crianças"	LifeStyle	2,791	15/abr/09
Um bebe, duas cabeças. Aconteceu no Bangladesh	Internacional	2,118	12/nov/15
Fronteiras encerradas e declarado estado de emergência em França	Internacional	2,07	13/nov/15
O caso extraordinário dos chimpanzés que tomaram conta de cria com Síndrome de	Internacional	1,933	11/nov/15
TAP compra 53 novos aviões	Economia	1,853	13/nov/15
Verdes vão além da troika e propõem um novo feriado	Política	1,596	13/nov/15
Neeleman Pedrosa e Pinto servem sobremesa aos trabalhadores da TAP	Economia	1,491	13/nov/15
TAP sem dinheiro para pagar salários já este mês	Economia	1,373	12/nov/15
Tiroteios em Paris fizeram pelo menos 60 mortos	Internacional	1,251	13/nov/15
PS, PCP e Bloco. A "profana trindade", escreve a "The Economist"	Política	1,236	12/nov/15
Passos defende revisão constitucional para antecipar eleições	Política	1,193	12/nov/15
Tiroteio em Paris faz vários mortos	Internacional	1,141	13/nov/15
Quando Portas escrevi que Cavaco "merecia um estalo"	Política	1,071	16/mar/13
Crianças a cabecear a bola no futebol nos EUA passa a ser proibido	Internacional	972	12/nov/15
Dois terroristas mortos durante o assalto das forças especiais ao Bataclan	Internacional	935	13/nov/15
As Marias são rapazes e os rapazes também choram	Sociedade	908	11/nov/15
Anticomunista, obrigada!	Política	896	07/nov/15
O que acontece nos bastidores do "Coração de Ouro"? Comédia, Comédia, Comédi	Blogues	818	12/nov/15
CAP. "Que eu saiba a soma de três perdedores não dá um vencedor"	Política	780	12/nov/15
Pedro Arroja sobre as "esganiçadas" do BE: "Não queria nenhuma daquelas mulhe	Política	767	10/nov/15
Sol produziu mais energia que o vento pela primeira vez	Economia	762	12/nov/15
<b>Total</b>		<b>170,724</b>	

Ao longo do dia 13 de novembro de 2015 foram publicados 1389 artigos no Expresso *Online*. Entre o período das 21h19 e 23h52, o jornal criou 13 notícias sobre os atentados que estavam a ocorrer em Paris. Como é possível verificar na Tabela 1 (Ver anexo 10), das 13 notícias publicadas, apenas quatro ficaram entre os 24 artigos mais vistos através da rede social do *Facebook*.

**Tabela 2 - Notícias mais visualizadas no dia 14 de novembro no Facebook**

Notícias	Secção	Sessões	Data
Estado Islâmico já reivindicou o ataque em Paris	Internacional	126,723	14/nov/15
Estado Islâmico quis vingar a Síria	Internacional	66,978	14/nov/15
Estado Islâmico já reivindicou o ataque em Paris	Internacional	31,643	14/nov/15
“Se ela quiser não é pedofilia, é Amor”. Não, meus senhores, é crime.	Blogues	31,465	13/nov/15
Paris. Um vídeo arrepiante	Internacional	27,021	14/nov/15
Não sabes, mas salvaste-me a vida	Internacional	21,758	14/nov/15
Paris. “Começaram a disparar à cega sobre as pessoas com armas automáticas”	Internacional	7,636	14/nov/15
Atentado no Líbano. Número de mortos sobre para 43	Internacional	6,584	13/nov/15
Conheça os 53 aviões da TAP por dentro e por fora	Economia	6,345	13/nov/15
Hoje não vou ver os U2 em Paris	Internacional	5,94	14/nov/15
Atentados de Paris. Dois portugueses que ficaram com muito medo	Internacional	4,834	14/nov/15
Nova Zelândia. Discurso de estudante com cancro terminal emociona colegas e profess	Internacional	4,598	11/nov/15
Há jihadistas portugueses em Paris	Internacional	4,224	14/nov/15
Confirmada morte de segunda vítima portuguesa	Internacional	3,493	14/nov/15
"Faltam regras na educação das crianças"	LifeStyle	2,498	15/abr/09
Estado Islâmico reivindica oficialmente atentados em Paris	Internacional	2,434	14/nov/15
Novos tiros junto a sala de espetáculos Le Bataclan em Paris	Internacional	2,003	13/nov/15
Fronteiras encerradas e declarado estado de emergência em França	Internacional	1,78	13/nov/15
Seis mitos sobre os refugiados	Internacional	1,598	10/set/15
Os atentados expostos e comentados nas redes sociais	Internacional	1,477	14/nov/15
A França teve o seu 11 de Setembro. Análise do editor de Internacional do Expresso	Internacional	1,416	14/nov/15
França – Alemanha: Eles acharam que eram petardos. Lá fora explodiam bombas	Internacional	1,308	14/nov/15
Reportagem. No 11.º, o bairro mártir de Paris	Internacional	1,305	14/nov/15
França. O berço do jihadismo	Internacional	1,207	14/nov/15
<b>Total</b>		<b>411,911</b>	

N o dia 14 de novembro de 2015, foram publicadas 967 notícias, sendo que 39 eram referentes aos atentados em Paris e escritas entre o período das 00h05 até as 23h13. Como é possível observar na Tabela 2, mais de metade dos artigos mais visualizados do dia são alusivos ao ataque, com um total de 16 notícias entre as 24. O primeiro lugar é ocupado pela notícia “Estado Islâmico já reivindicou o ataque em Paris” com 126,723 sessões, um número muito significativo e que representa 30% do peso dos conteúdos daquele dia na rede social (Ver anexo 11).

Contudo, também é possível salientar que duas das notícias publicadas no dia anterior e que estiveram entre as mais visualizadas do dia 13, conseguiram manter-se entre os principais artigos do dia 14.

**Tabela 3 - Notícias mais visualizadas no dia 15 de novembro de 2015 no *Facebook***

Notícias	Secção	Sessões	Data
Não sabes, mas salvaste-me a vida	Internacional	49,006	14/nov/15
Estado Islâmico quis vingar a Síria	Internacional	19,439	14/nov/15
"Se ela quiser não é pedófilia, é amor". Não meus caros, é crime	Blogues	12,484	13/nov/15
Atentado no Líbano. Número de mortos sobre para 43	Internacional	8,928	13/nov/15
Bandeira francesa visível na fachada da Assembleia da República	Política	7,499	15/nov/15
Paris. Um vídeo arrepiante	Internacional	6,265	14/nov/15
Morte e barbárie. Dez resposta para conhecer o Estado Islâmico	Internacional	5,993	14/nov/15
As quatro mulheres que conquistaram o mundo machista da política portuguesa	Política	5,908	15/nov/15
Hoje não vou ver os U2 em Paris	Internacional	4,897	14/nov/15
Ataque do Estado Islâmico na Síria mata 145 civis incluindo crianças	Internacional	4,876	26/jun/15
Ismael, o francês kamikaze do Bataclan	Internacional	4,376	15/nov/15
Há jihadistas portugueses em Paris	Internacional	2,605	14/nov/15
Bosch deslocaliza para Portugal	Economia	2,278	15/nov/15
França bombardeia Estado Islâmico na Síria	Internacional	1,846	15/nov/15
Nova Zelândia. Discurso de estudante com cancro terminal emocionou colegas e professores	Internacional	1,835	11/nov/15
Paris. Carro dos tiroteios encontrado com Kalashnikovs dentro	Internacional	1,802	15/nov/15
Estado Islâmico já matou três portugueses	Internacional	1,716	15/nov/15
Confirmada a morte de segunda vítima portuguesa	Internacional	1,511	14/nov/15
"Faltam regras na educação das crianças"	LifeStyle	1,414	15/abr/09
"Já sei dizer obrigado em português. Já vos posso agradecer"	Sociedade	1,215	07/nov/15
Conheça os 53 novos aviões da TAP por dentro e por fora	Economia	1,126	13/nov/15
Mais trabalho e sob maior pressão? Sim	Economia	840	14/nov/15
<b>Total</b>		<b>186,531</b>	

No terceiro e último dia que este estudo privilegia, o *Expresso Online* publicou 1234 artigos no jornal, sendo apenas 17 referentes aos atentados em Paris. Segundo a Tabela 3 (Ver anexo 12), só cinco notícias é que ficaram entre os artigos mais visualizados do dia no *Facebook*.

Além disso, os primeiros lugares são ocupados pelas notícias do dia anterior, nomeadamente “Não sabes, mas salvaste-me a vida” e “Estado Islâmico quis vingar Síria”, com um total de cerca de 60 mil sessões em conjunto, assim como a maior parte dos artigos do dia 14. No total, no dia 15 de novembro, o *Facebook* atingiu 186,531 sessões, um número significativamente mais abaixo do que o dia anterior.

**Tabela 4 - Notícias mais visualizadas entre os dias 13 e 15 de novembro de 2015 no Facebook**

Notícias	Secção	Sessões	Data
Estado Islâmico já reivindicou o ataque em Paris	Internacional	126,798	14/nov/15
"Se ela quiser não é pedofilia, é amor". Não meus senhores, é crime	Blogues	115,859	13/nov/15
Estado Islâmico quis vingar a Síria	Internacional	85,504	14/nov/15
Não sabes, mas salvaste-me a vida	Internacional	70,828	14/nov/15
Paris. Um vídeo arrepiante	Internacional	33,157	14/nov/15
Estado Islâmico já reivindicou o ataque em Paris	Internacional	31,761	14/nov/15
Conheça os 53 novos aviões da TAP por dentro e por fora	Economia	23,153	13/nov/15
Nova Zelândia. Discurso de estudante com cancro terminal emociona colegas e prof	Internacional	22,611	11/nov/15
Atentado no Líbano. Número de mortos sobe para 43	Internacional	15,704	13/nov/15
Hoje não vou ver os U2	Internacional	10,905	14/nov/15
Paris. "Começaram a disparar à cega sobre as pessoas com armas automáticas"	Internacional	8,038	14/nov/15
Bandeira francesa visível na fachada da Assembleia da República	Política	7,347	15/nov/15
"Faltam regras na educação"	LifeStyle	6,615	15/abr/09
Há jihadistas portugueses em Paris	Internacional	6,554	14/nov/15
Morte e barbárie. Dez resposta para conhecer o Estado Islâmico	Internacional	5,924	15/nov/15
As quatro mulheres que conquistaram o mundo machista da política portuguesa	Política	5,592	15/nov/15
Confirmada morte da segunda vítima portuguesa	Internacional	5,124	14/nov/15
Ataque ao Estado Islâmico na Síria mata 145 civis incluindo crianças	Internacional	4,724	26/jun/15
Atentados em Paris. Dois portugueses que ficaram com muito medo	Internacional	4,697	14/nov/15
Ismael, o francês kamikaze do Bataclan	Internacional	4,351	15/nov/15
Fronteiras encerradas e declarado estado de emergência em França	Internacional	5,141	13/nov/15
Bosch deslocaliza para Portugal	Economia	3,348	15/nov/15
O caso extraordinário dos chimpanzés que tomaram conta de cria com Síndrome de D	Internacional	3,057	13/nov/15
Novos tiros junto a sala de espetáculos Le Bataclan em Paris	Internacional	2,67	13/nov/15
<b>Total</b>		<b>760, 043</b>	

Na Tabela 4, estão presentes as notícias mais vistas ao longo dos três dias de estudo e que totalizaram aproximadamente 760 mil sessões na rede criada por Mark Zuckerberg, representado 45% do total de sessões ao longo do dia (Ver anexo 13). Como a Tabela demonstra, os artigos predominantes são maioritariamente os que se referem aos atentados de Paris, mais precisamente os conteúdos do dia 14 de novembro de 2015, dia em que o Facebook atingiu o maior número de sessões comparativamente com os outros dias.

Como anteriormente mencionado, o conteúdo mais visto no dia 14 foi “Estado Islâmico já reivindicou o ataque em Paris”, com 126,723 sessões, número que está relativamente próximo ao primeiro lugar da Tabela 4.

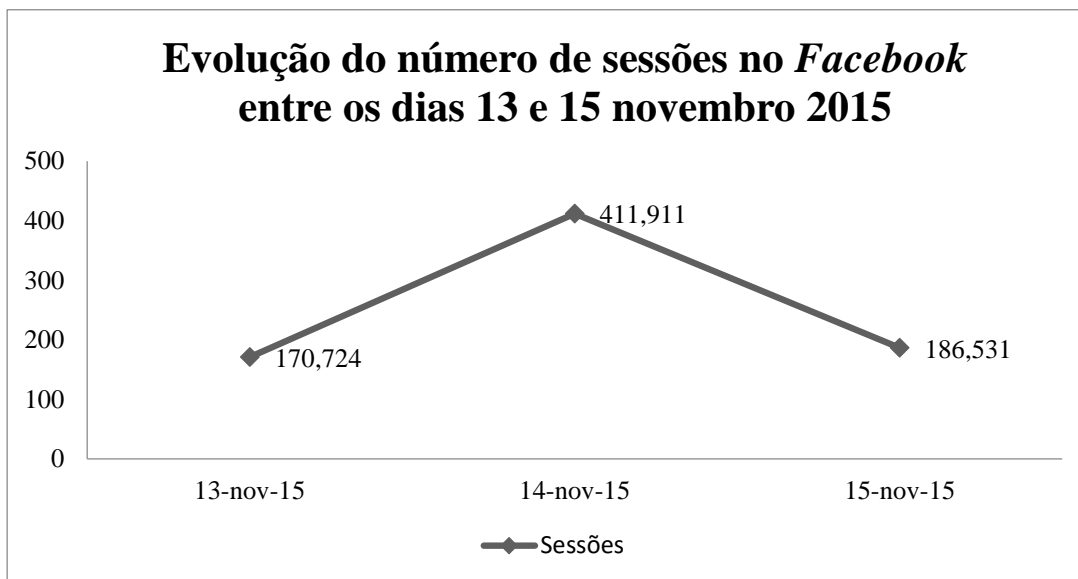
**Tabela 5 - Notícias mais visualizadas no *site* entre os dias 13 e 15 de novembro de 2015**

Notícias	Seção	Page views	Data
<b>Estado Islâmico já reivindicou o ataque em Paris</b>	Internacional	219,518	14/nov/15
"Se ela quiser não é pedofilia, é amor" Não meus senhores, é crime	Internacional	155,102	13/nov/15
<b>Não sabes, mas salvaste-me a vida</b>	Internacional	129,721	14/nov/15
<b>Estado Islâmico quis vingar a Síria</b>	Internacional	129,054	14/nov/15
<b>Paris. Um vídeo arrepiante</b>	Internacional	63,026	14/nov/15
<b>Paris: "Começaram a disparar à cega sobre as pessoas com armas automáticas"</b>	Internacional	56,582	14/nov/15
Conheça os 53 novos aviões da TAP por dentro e por fora	Economia	51,047	13/nov/15
Nova Zelândia. Discurso de estudante com cancro terminal emociona colegas e professores	Internacional	47,528	13/nov/15
<b>Novos tiros junto à sala de espetáculos Le Bataclan</b>	Internacional	31,771	13/nov/15
<b>Confirmada a morte de segunda vítima portuguesa</b>	Internacional	26,453	14/nov/15
<b>Há jihadistas portugueses em Paris</b>	Internacional	23,604	14/nov/15
<b>Fronteiras encerradas e declarado estado de emergência em França</b>	Internacional	23,526	13/nov/15
<b>Estado Islâmico reivindica oficialmente atentados em Paris</b>	Internacional	22,639	14/nov/15
As quatro mulher que conquistaram o mundo machista da política portuguesa	Política	22,447	15/nov/15
Atentados em Paris. O que sabemos e o que falta saber	Internacional	21,613	14/nov/15
<b>Morte e barbárie. Dez resposta conhecer o Estado Islâmico</b>	Internacional	20,934	14/nov/15
<b>Atentados no Líbano. Número de mortos sobe para 43</b>	Internacional	20,436	13/nov/15
<b>Hoje não vou ver os U2 em Paris</b>	Internacional	17,285	14/nov/15
<b>Ismael, o francês kamikaze do Bataclan</b>	Internacional	17,119	15/nov/15
Aperta-se o cerco político a François Hollande	Internacional	15,368	15/nov/15
Um português morto nos atentados em Paris	Internacional	14,026	14/nov/15
Cidadão francês identificado como possível atacante	Internacional	13,843	14/nov/15
<b>Estado Islâmico já matou três portugueses</b>	Internacional	12,633	15/nov/15
Total		3,335,400	

A Tabela 5 (Ver anexo 14) refere-se aos artigos mais vistos no *site* do jornal Expresso no período em referência. As notícias que estão sublinhadas representam o número de artigos que também foram visualizados no *Facebook*, o que perfaz um total de 15 conteúdos. Como é possível observar, o conteúdo “Estado Islâmico já reivindicou o ataque em Paris” ocupou o primeiro lugar das notícia mais vistas tanto no Facebook como no *site*. No entanto, na Tabela 5 os dados trabalhados são alusivos às *pageviews* e não às sessões, como nas tabelas mencionadas anteriormente, não sendo, por isso, possível comparar os dados estatísticos.

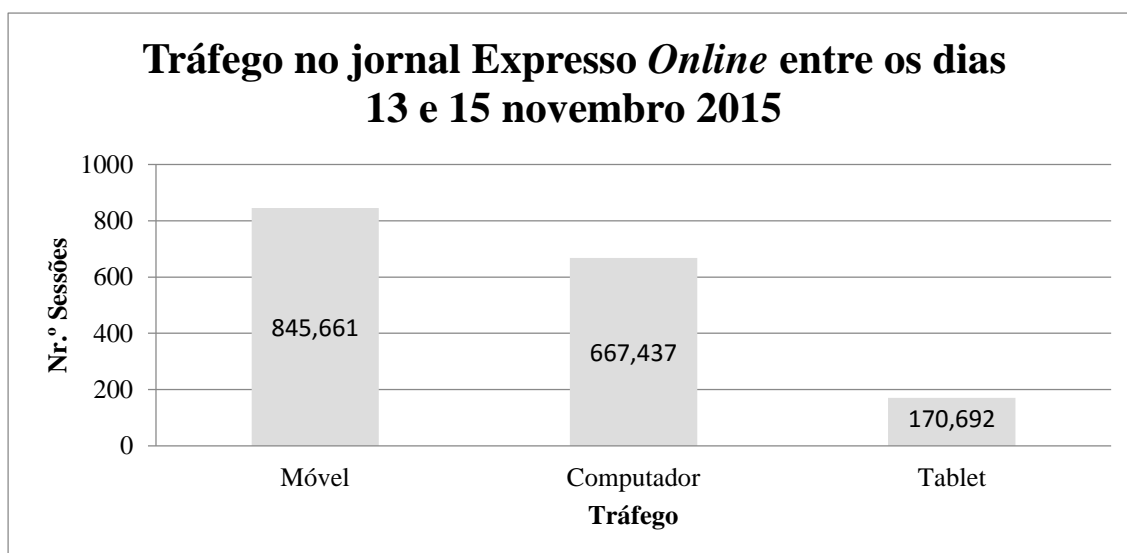
Entre as notícias mais vistas destacam-se cinco conteúdos que não foram contabilizados nos artigos mais visualizados no *Facebook*, nomeadamente “Atentados em Paris. O que sabemos e o que falta saber”, “Aperta-se o cerco político a François Hollande”, “Um português morto nos atentados em Paris” e “Cidadão francês identificado como possível atacante”. Porém, no *site* do jornal, o conteúdo noticioso, ao longo dos três dias, alcançou 3,335,400 milhões de visualizações.

**Gráfico 1 - Evolução do número de sessões no *Facebook* entre os dias 13 e 15 de novembro de 2015**

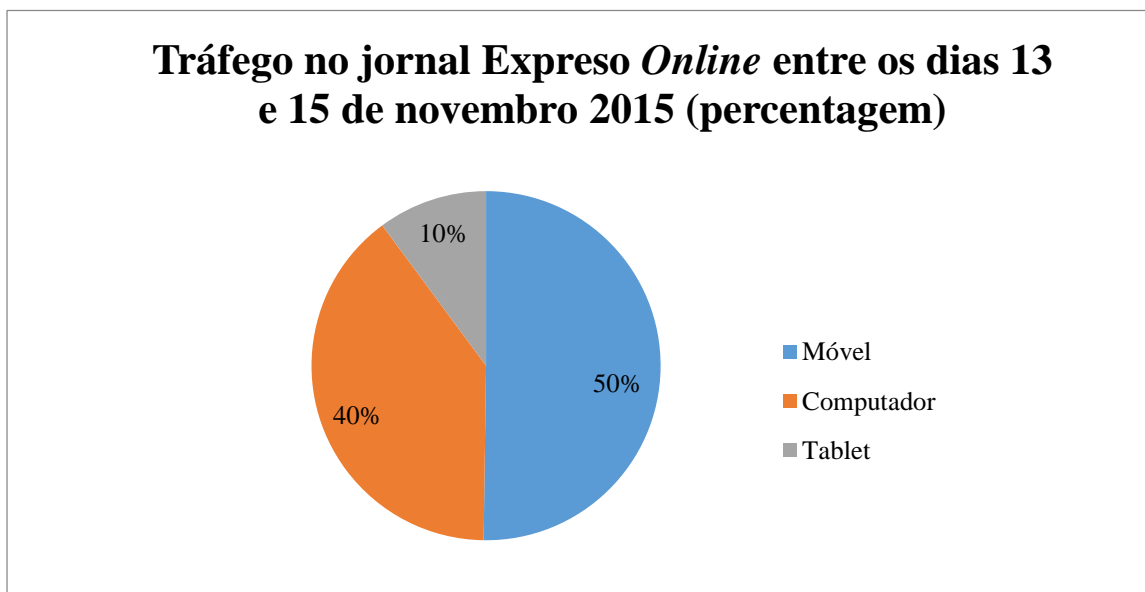


O gráfico 1 representa a evolução do número de sessões registadas ao longo dos três dias de análise. Como é possível observar, há um pico significativo no dia 14 de novembro de 2015, com 411,911 sessões, ao contrário dos dias 13 e 15 de novembro de 2015, que apresentam valores semelhantes e comparativamente mais baixos. De acordo com as tabelas mencionadas anteriormente, o valor elevado representado no gráfico no segundo dia de estudo, deve-se ao facto de nesse mesmo dia terem sido produzidas mais notícias que os restantes dias.

**Gráfico 2 - Tráfego no jornal *Expresso Online* entre os dias 13 e 15 de novembro de 2015**

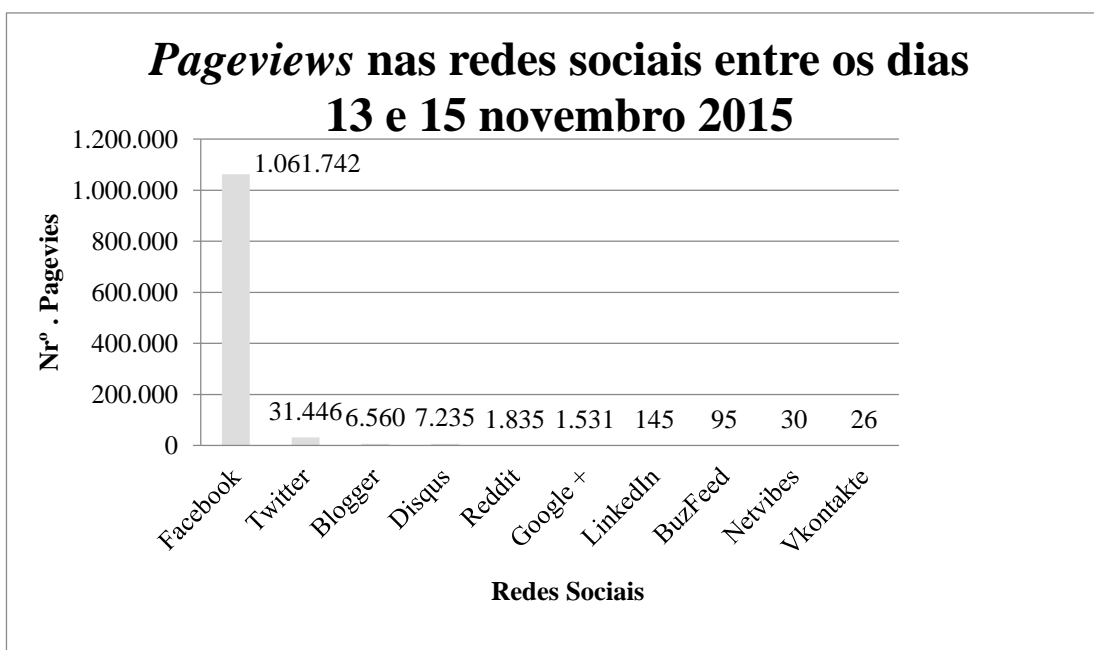


**Gráfico 3 - Tráfego no jornal Expresso *Online* entre os dias 13 e 15 de novembro de 2015 (percentagem)**

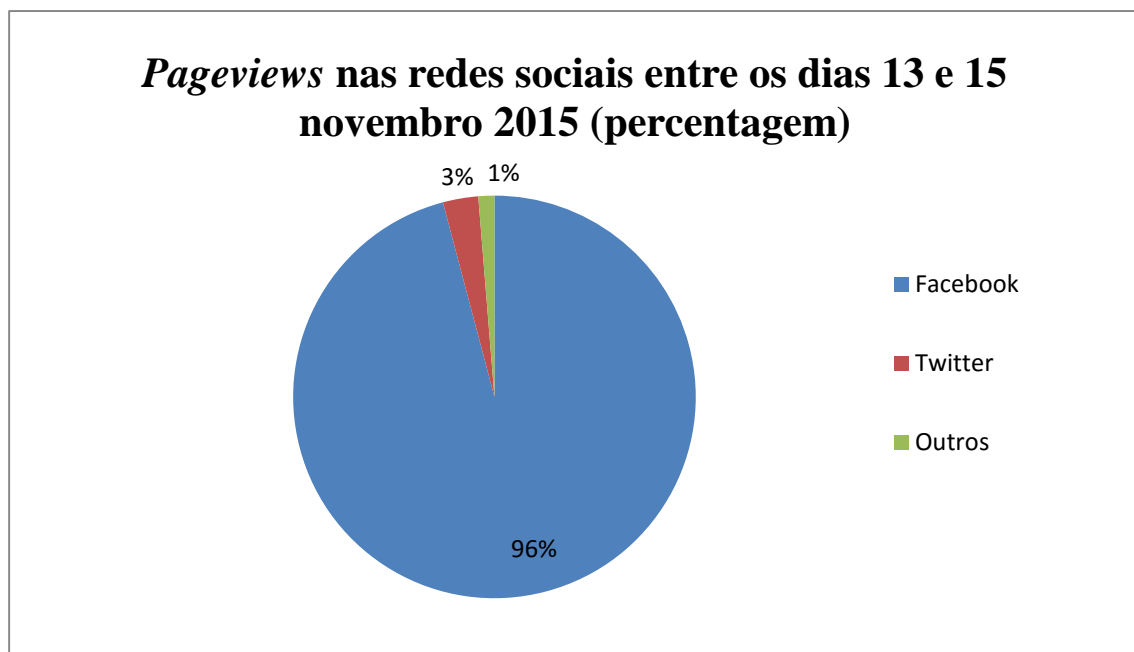


Os gráficos 2 e 3 (Ver anexo 15) referem-se ao tráfego no jornal Expresso Online entre os dias 13 e 15 de novembro de 2015. Como é possível observar, o tráfego móvel foi a forma mais usada pelos utilizadores, totalizando cerca de 846 mil sessões, ao contrário do computador, com aproximadamente 667 mil sessões, e o *tablet*, com 170 mil sessões. Além disso, através do gráfico 3, pode-se concluir que cerca de 50% do tráfego verificado durante os três dias pelos leitores foi móvel, com o computador a representar 40% do total e o *tablet* apenas 10%.

**Gráfico 4 - *Pageviews* nas redes sociais entre os dias 13 e 15 de novembro de 2015**



**Gráfico 5 - Pageviews nas redes sociais entre os dias 13 e 15 de novembro de 2015 (percentagem)**



Os gráficos acima são alusivos ao número de *pageviews* que as redes sociais obtiveram entre os dias 13 e 15 de novembro de 2015. De acordo com o gráfico 4 (Ver anexo 16), o *Facebook* foi sem qualquer dúvida o meio pelo qual as pessoas acederam para ver as notícias, representando mais de um milhão de visualizações. Este número, e segundo o gráfico 5, representa 96% das *pageviews* comparativamente às outras redes sociais. Entre as dez redes mais utilizadas, encontram-se o *Facebook*, o *Twitter*, o *Blogger*, o *Disqus*, o *Reddit*, o *Google +*, o *LinkedIn*, o *BuzzFeed*, o *Netvibes* e o *Vkontakte*. No entanto, além do *Facebook* e do *Twitter*, que ocupa o segundo lugar das visualizações com cerca de 3%, as outras redes sociais apresentam um peso pouco significativo, com apenas 1%. O *Twitter* foi a segunda rede social que obteve mais visualizações nos três dias de análise, com 31 446 *pageviews*, representando 3% do total.

### **II.3.2 Resultados**

A cobertura do dia 13 de novembro de 2015 no jornal *Expresso Online* teve uma duração relativamente curta, desde as 21h19 até às 23h52, tendo sido produzidas 13 notícias a propósito da situação de Paris. Desse número, apenas cinco estiveram entre os artigos mais visualizados no primeiro dia do estudo de caso. Como foi possível ver na Tabela 1, a notícia “Fronteiras encerradas e declarado estado de emergência em França”

ocupou o sexto lugar no *ranking* dos 24 artigos mais vistos, com 2,070 sessões no Facebook. Segundo a entrevista concedida pela jornalista Margarida Mota, da secção Internacional do jornal Expresso (Ver anexo 17),

Estado de emergência é uma situação que acontece quando há risco de segurança e que não estamos habituados a associar à nossa Europa civilizada. Desta forma, se acontece alguma coisa que motiva estado de emergência no coração da Europa, eu considero que isso é um indutor de leitura, uma vez que as pessoas vão querer saber em que circunstância foi declarada uma situação destas e perceber o que isso significa.

Apesar de tudo, é notório referir que, apesar do curto período de cobertura neste dia, os conteúdos conseguiram obter um número considerável e significativo de visualizações e, ainda assim, permanecer no ranking dos artigos mais visualizados do dia.

No segundo dia de análise, a cobertura iniciou-se às 00h02 até estendeu-se até às 23h13, registando-se uma paragem às 2h da madrugada, tendo sido retomada por volta das 8h. Ao longo deste dia, no jornal online foram publicados menos artigos do que no dia anterior, ou seja, na sexta-feira houve 1389 notícias e no sábado 967. No entanto, o tempo de cobertura foi maior, o que permitiu um maior desenvolvimento dos artigos sobre a situação de Paris, para além do facto de haver mais informação. Desta forma, o Expresso *Online*, no dia 14 de novembro de 2015, publicou 39 notícias sobre os atentados em Paris, diversificando o seu conteúdo através de vídeos, artigos de opinião e reportagens. Segundo a Tabela 2, o artigo mais visualizado foi “Estado Islâmico já reivindicou o ataque em Paris” com 126,723 sessões no *Facebook*. De acordo com a jornalista Margarida Mota, este número de sessões é justificado pelo facto “(...) de ter acontecido em Paris e, por isso, no consciente ou subconsciente das pessoas gera-se a questão ‘Hoje em Paris, amanhã em Lisboa’”. Além disso, na sua opinião,

Paris era a prova que o fenómeno já tinha chegado à Europa, e à Europa Ocidental e, por isso, está próximo de Portugal. A possibilidade de haver atentados do Estado Islâmico na Europa era uma coisa anunciada já há algum tempo. Acontecer e na Europa Ocidental, e relativamente próximo de Portugal, foi a concretização desse receio.

Embora no dia 13 de novembro tenham sido produzidos mais conteúdos para o jornal *online*, o Expresso alcançou maior número de sessões no *Facebook* no dia 14. De acordo com o gráfico 1, como já foi mencionado, houve um pico significativo no sábado, com 411,911 sessões, um número quatro vezes mais elevado do que o resultado do dia anterior.

Na Tabela 2, observa-se que os conteúdos que estiveram em destaque nesse dia foram maioritariamente escritos no dia 14 de novembro, o que pode ser justificado pelo facto de terem sido produzidas mais matérias sobre o assunto e, ainda, por ser um tema sensível, alarmante, que afeta e desperta o interesse da população em geral. Além disso, como Portugal é um país com ligações próximas à França, tendo em atenção o denso fluxo de emigrantes que reside nesse território, justifica-se um interesse maior por parte dos leitores sem esquecer que uma das notícias que esteve em destaque nos artigos mais vistos do dia no *Facebook* foi a que diz respeito à morte de dois cidadãos portugueses nos atentados, como refere a notícia “Confirmada a morte de segunda vítima portuguesa” (Ver anexo 18).

No último dia de análise, e de acordo com a Tabela 3, os conteúdos do dia anterior realçaram-se mais, comparativamente com as cinco notícias do dia 15 de novembro que estiveram entre as mais vistas dos 17 artigos produzidos sobre os atentados. A análise da Tabela permitiu verificar também, que a notícia mais lida do dia foi “Não sabes, mas salvaste-me a vida”, um artigo de opinião do jornalista Nélson Marques, com 49,006 sessões, e que, no dia 14 de novembro, alcançou o terceiro lugar dos artigos mais visualizados do *Facebook*. No entender de Margarida Mota,

O artigo do Nelson Marques é uma história que tem um rosto e uma identidade e esse género de histórias aproxima muito o leitor dos textos. As pessoas querem histórias reais, com as quais se identificam e que pudessem ter vivido. Esta é uma história trágica, é um desencontro, que ditou o final trágico para a miúda e, portanto, é uma história que as pessoas gostam de ler.

Outro aspeto que é importante realçar é sobre a notícia “Atentado no Líbano. Número total de mortos sobe para 43” que, apesar de ter sido escrita no dia 13 de novembro, só começou a ter destaque entre os leitores, e ocupando assim os lugares das notícias mais vistas no *Facebook*, a partir do dia 14 de novembro. Esta situação pode estar relacionada com o facto de o assunto ser próximo da situação que estava decorrer

em Paris, uma vez que o atentado no Líbano foi também provocado pelo Estado Islâmico. Ainda no dia 15 de novembro, algumas das notícias que foram publicadas no primeiro dia de análise estiveram presentes entre os artigos mais vistos. Na entrevista concedida, Margarida Mota nota que a justificação da recuperação do interesse desta notícia se deve ao facto de que quando ocorreu o atentado no Líbano, exatamente no mesmo dia que o de Paris,

(...) houve muita gente a chamar a atenção de reação das pessoas para os diferentes casos, inclusive o próprio Facebook que criou um filtro das cores da bandeira francesa e que não criou para outros atentados também graves ou mais mortíferos.

A jornalista considera que “os atentados na Europa são sempre notícias e há uma identificação natural com as vítimas, ou porque somos europeus, ou porque somos cristãos”. Por isso mesmo, “há um grande distanciamento com a região do Médio Oriente, Árabes e Muçulmanos”, uma vez que segundo a mesma, “como houve muita gente a chamar atenção para a dimensão do atentado do Líbano, as pessoas sentiram a necessidade procurar mais informação sobre o sucedido”.

Como foi possível verificar no gráfico 2, tanto no dia 13 de novembro de 2015 como no dia 15 de novembro de 2015, os valores totais de visualizações no *Facebook* foram semelhantes, rondando aproximadamente as 180 mil sessões.

Na Tabela 4, observou-se o número total de artigos visualizados no *Facebook* ao longo dos três dias de análise. Mais uma vez, foi possível verificar que as notícias do sábado prevaleceram sobre as dos restantes dias, estando em primeiro lugar o artigo “Estado Islâmico já reivindicou o ataque de Paris”, com 136,798 sessões, um número muito próximo daquele que tinha sido alcançado só no dia 14. No total, ocorreram aproximadamente 760 mil sessões no *Facebook* ao longo dos três dias, 45% do total de sessões, ou seja, quase metade das sessões totais no *Expresso Online* durante os três dias de análise.

No que concerne às notícias mais lidas no *site* durante o período analisado, verificou-se que notícia que ocupa o primeiro lugar é exatamente a mesma que a dos artigos mais vistos no *Facebook* nos três dias. Contudo, não é possível realizar uma comparação entre os dados estatísticos, uma vez que no *site* estes se referem às *pageviews* e no *Facebook* às sessões. Não obstante, consegue-se concluir que, novamente, o dia 14 de novembro assumiu uma maior importância no conteúdo

noticioso, comparativamente com os restantes dias, dado que a maior parte das notícias consumidas pelos leitores no *site* são alusivas a esse dia.

Ao longo dos três dias, das cinco notícias que estiveram no conjunto das mais lidas do *site*, nenhuma obteve lugar no *ranking* dos artigos mais visualizados no *Facebook*, nomeadamente “Atentados em Paris. O que sabemos e o que falta saber”, “Aperta-se o cerco político a François Hollande”, “Um português morto nos atentados em Paris” e “Cidadão francês identificado como possível atacante”. As visualizações destas notícias não conseguiriam atingir um número relevante, comparativamente com as anteriores, que tinham sido as mais vistas através do *Facebook*.

É de sublinhar que, ao longo dos três dias, o *Expresso Online* alcançou um total de 3,335,400 *pageviews*. Ao comparar este número com o valor referente às *pageviews* nas redes sociais, pode-se concluir que as redes sociais têm efetivamente um peso significativo nas visualizações do jornal, com grande destaque neste intervalo de tempo. Tendo em conta este facto, e de acordo com o gráfico 4, as dez redes sociais representadas (*Facebook*, *Twitter*, *Blogger*, *Disqus*, *Reddit*, *Coogle +*, *LinkedIn*, *BuzzFeed*, *Netvibes* e *Vkontakte*) totalizaram aproximadamente 1,110,739 visualizações durante os três dias, mais de um terço das *pageviews* do *site*. Entre as redes sociais, o principal destaque é o *Facebook*, ocupando o primeiro lugar com mais de um milhão de visualizações, o que representa 96% das *pageviews* através das redes sociais (Gráfico 5). Assim sendo, e com os dados obtidos, é possível averiguar que as redes sociais contribuem de forma significativa na imprensa *online*, com realce sobre o *Facebook* no *Expresso*. Todavia, o assunto que foi analisado marcou a atualidade pela carga negativa e importância que encerra, o que o tornou num tema de elevado interesse para os leitores, uma vez que se referia a atentados na Europa. Tendo em atenção os desenvolvimentos da atualidade relativos ao Estado Islâmico e às ameaças de ataque a países europeus, bem como a sensibilidade do tema, justifica-se o elevado número de acessos a conteúdos relativos ao mesmo.

Embora o *Twitter* seja um dos meios utilizados pelo *Expresso*, revestindo-se importância significativa para o jornal, uma vez que é uma plataforma de acesso rápido a notícias e é uma fonte em constante atualização, não só de jornais nacionais, mas de agências e meios de comunicação estrangeiros, ao longo dos dias de análise, apenas conseguiu obter um total de 31 446 *pageviews*, o que representou apenas 3% do total.

Desta forma, verificou-se que o meio mais utilizado pelos leitores é o *Facebook*, apesar das potencialidades que o *Twitter* possui.

No início deste estudo de caso, foi referido que o tráfego móvel, no dia 14 de novembro de 2015, chegou a ultrapassar os 50%. Embora não tenha sido possível aceder aos dados estatísticos por cada dia, foi possível verificar que no total dos três conseguiu alcançar os 50%. Assim sendo, e como foi possível observar nos gráficos 2 e 3, confirmou-se que o tráfego móvel alcançou aproximadamente 846 mil sessões, o que representou esses mesmos 50%, enquanto o acesso a partir do computador teve cerca de 668 mil sessões e o de *tablet* 170 mil sessões.

No que diz respeito, a uma análise por género, observa-se que no primeiro dia que os artigos mais visualizados no *Facebook* foram notícias. No entanto, no dia 14, verifica-se que entre os 16 artigos mais visualizados na rede social, 12 são notícias, três são artigos de opinião e apenas um é uma reportagem. No último dia, os cinco artigos mais visualizados no *Facebook* referem-se a peças jornalísticas definidas como notícias. Desta forma, pode-se concluir que no segundo dia de análise, como houve maior número de artigos produzidos, perfazendo um total de 39, foi possível diversificar o género de peças jornalísticas, ao contrário do dia 13, uma vez que não só o tempo de cobertura foi menor, como esse período se definiu pela procura de notícias o mais atualizadas possível, tendo em atenção que os ataques tinham acabado de acontecer e toda a população ansiava por esclarecimentos.

Outro dos aspetos que é importante salientar é o facto de o jornal Expresso ter um correspondente em Paris que durante os atentados se tornou uma personagem fundamental na cobertura da situação, uma vez que tinha acesso a um maior número de informações e conseguia ter perceção real da gravidade do ocorrido. Nas palavras da jornalista Margarida Mota,

Faz toda a diferença estar perto. O jornalista está na situação, ele vê, ele pode ir para a rua, ele fala com as pessoas, ele vê o aparato de segurança e sente o medo das pessoas e, por isso, faz toda a diferença.

Desta forma, ao longo dos três dias, cinco dos artigos escritos pelo jornalista Daniel Ribeiro estiveram entre os mais visualizados tanto no *Facebook* como no *site*, nomeadamente as notícias “Paris. ‘Começaram a disparar à cega sobre as pessoas”, “Atentados, Paris. Dois portugueses que ficaram com ‘muito medo”, “Reportagem

NO.11.º, o bairro mártir de Paris”, “Um português morto nos atentados de Paris” e “Ismael, o francês Kamikaze de Bataclan”. Deste conjunto, quatro foram escritas no dia 14 de novembro de 2015, o dia em que o número de visualizações foi o mais elevado. Além disso, o jornalista foi também autor da única reportagem que esteve entre os artigos mais vistos ao longo dos dias de análise, o que permite concluir que o facto de vivenciar a situação de uma forma mais próxima faz com que o leitor se sinta mais próximo. Segundo Margarita Mota,

O que ele vê, o que ele fala e o que ele se sente, tudo se reflete na escrita do artigo. À distancia estamos sempre dependentes de outras fontes e escrevemos com base naquilo que outros viram e recolheram. Portanto, estar lá faz toda a diferença e torna a informação mais credível, dado que ele não pode inventar, mas apenas escrever aquilo que testemunhou.

Numa pesquisa através do Facebook dos jornais portugueses, conclui-se que o Expresso é dos jornais que apresenta menos seguidores na rede social, com apenas 375,485 gostos. Periódicos como o Jornal de Notícias, com mais de um milhão de gostos, o Público, com cerca de 980 mil seguidores, o Diário de Notícias, com aproximadamente 918 mil gostos, e ainda o Sol com cerca de 560 mil seguidores, apresentam um número mais elevado comparativamente com o Expresso. No entanto, mesmo apresentado um número menor de seguidores no *Facebook*, conseguiu alcançar números expressivos, tanto nas visualizações gerais do *site*, como as referentes apenas a esta rede social.

### **II.3.3 Considerações Finais**

Ao longo do Capítulo II, apurou-se que as redes sociais têm cada vez mais importância no jornalismo. O *Twitter* foi apontado como um dos meios benéficos para os *breaking news*, dada a sua comunicação ser efetuada através de no máximo 140 caracteres. No entanto, ao longo deste estudo de caso, observou-se que a rede social *Twitter* não beneficiou dessas mesmas vantagens, uma vez que esteve no segundo lugar dos meios mais acedidos, com 31,446 sessões. Desta forma, durante o período em análise, a rede social que teve maior destaque na distribuição das informações sobre a situação dos atentados em Paris foi o *Facebook*, com mais de um milhão de sessões.

Outro dos aspetos que foi mencionado anteriormente no enquadramento teórico, orienta-se para as notícias de última-hora, nas quais o jornal coloca a indicação “em atualização” e apenas divulga a informação que tem até ao momento. Na cobertura noticiosa analisada, confirmou-se que houve um aumento significativo e diversificado de informações. Primeiramente, não se estimava que fosse um atentado, uma vez que as notícias apenas davam conta de um tiroteio que tinha resultado em cerca de 60 mortos. No entanto, com o decorrer da situação e o aumento da informação disponibilizada, apontou-se a situação como grave, dado que tinham ocorrido três atentados na mesma cidade e em sítios diferentes. O *Facebook* e o *site* do Expresso funcionaram numa perfeita simbiose, nomeadamente através da partilha de informação. Dado que o número de informações disponíveis aumentava constantemente, era permitido ao jornalista disponibilizar tudo aquilo que já se sabia até ao momento e ainda informar o leitor de uma posterior atualização.

Como atrás foi clarificado, não se devem considerar as redes sociais como incompatíveis com o jornalismo, mas sim complementares, uma vez que republicam informações e são uma mais-valia na proximidade com o público. Neste estudo de caso, observou-se que uma das notícias que esteve presente entre os artigos mais vistos, no dia 14 de novembro de 2015 na rede social *Facebook*, foi o conteúdo “Os atentados expostos e comentados nas redes sociais” (Ver anexo 19), com 1,477 sessões. Assim sendo, conclui-se que o Expresso sentiu a necessidade de expor o tema através de outra perspetiva, nomeadamente a do leitor. Para isso, recorreu a vários *tweets* com fotos e vídeos de pessoas que vivenciaram os acontecimentos, e de outras que apenas partilharam os seus sentimentos de revolta sobre a situação que decorria em Paris.

No Capítulo II, também foram abordadas as características do jornalismo *online*, nomeadamente o hipertexto, a conjugação do vídeo, com imagem e texto, a interatividade, entre outros. Ao longo dos três dias de análise, foram produzidos 69 artigos sobre os atentados. Entre estas notícias, estiveram presentes vários elementos do jornalismo *online* que foram estudados anteriormente. A notícia “A França teve o seu 11 de setembro. Análise do editor de Internacional do Expresso” comprova que o elemento multimedialidade é utilizado pelo jornal para divulgar as suas informações.

Tendo em conta este facto, a análise combinou o elemento texto com o vídeo e permitiu que o leitor recebesse a informação através das duas formas. Além disso, no corpo da notícia ou no separador final dos “artigos relacionados”, havia várias hiperligações que reencaminhavam o leitor para outros conteúdos sobre o mesmo tema, o que fez com que o elemento hipertexto tenha sido utilizado, de forma a que o leitor conseguisse obter uma maior informação.

Não obstante, as redes sociais permitem também que os jornais consigam partilhar mais informação, desde notícias a reportagens mais extensas. Assim sendo, ao longo dos três dias, o jornal Expresso publicou notícias sobre os atentados, mas também reportagens sobre o assunto, nomeadamente os conteúdos “Reportagem. N.º 11, o bairro de mártir de Paris” e ainda “França. O berço do jihadismo”.

Por último, e como foi mencionado acima, atualmente, as pessoas não acedem à informação só através do computador, mas também por outros meios, como o *smartphone* e o *tablet*. O tráfego móvel foi o meio pelo qual as pessoas mais acederam ao conteúdo noticioso, com um total de 846 mil sessões, e representando 50% dos meios mais utilizados. Embora o computador surja logo a seguir, com 667 mil sessões, o consumo móvel foi o principal destaque neste estudo caso, o que permite concluir que o seu aumento tem sido significativo ao longo dos últimos anos e que a tendência mostra que este consumo vai continuar, uma vez que, hoje em dia, as pessoas têm acesso aos mesmos conteúdos tanto através da rede Wi-Fi como dos dados móveis disponíveis. Para o jornalista Ricardo Martins Pereira, a justificação do grande consumo de tráfego móvel deve-se ao facto de ser “aquilo que hoje chamamos de *second screen*”. Além disso,

As pessoas estão no computador e ao mesmo tempo usam o telemóvel para aceder à Internet. Podem estar no trabalho a ler mails e espreitam as redes sociais no telemóvel. Quando chegam a casa, estão a ver televisão no sofá, mas sempre com o olho no telemóvel ou no *tablet*. Este comportamento percebe-se através da análise estatística dos dados, com um crescimento muito grande

das entradas nos *sites* através do dispositivo móvel a partir das nove da noite.

Como foi possível observar no estudo realizado, não é só o jornalismo em papel que enfrenta vários desafios. Com o avanço das novas rede sociais, o jornalismo *online* está a transformar-se. Nas palavras do jornalista da *New in Town*,

As redes sociais vieram alterar o comportamento dos utilizadores da Internet. Se não há muito tempo andavam de *site* em *site*, guardavam-nos nos Favoritos, tinham uma rotina de leitura mais ou menos regular, hoje em dia o comportamento é totalmente aleatório, frenético, sem qualquer tipo de ordem, porque as pessoas vivem nas redes sociais, sobretudo no *Facebook*, que passou a ser o que o *Google* ou o *Yahoo!* eram há uns anos, o ponto de partida, o cursor em branco onde se digitava o sítio para onde se queria ir. Hoje, isso faz-se sem pelo *Facebook*, mas sem cursor em branco, as pessoas andam ao ritmo do que lhes surge no mural, são guiadas pelo algoritmo, leem o que o *Facebook* escolhe mostrar-lhes.

Para o mesmo, “o *Facebook*, hoje, assume uma importância quase igual à da rede de distribuição de jornais e revistas em papel”, uma vez que os utilizadores deixam de recorrer diretamente aos *sites* e “navegam sobretudo no *Facebook*, que serve como porta de entrada em *sites* e blogues”.

No que concerne ao jornalismo em papel, segundo o jornalista da *New in Town*, “enfrenta um desafio mais duro, o da constante migração dos leitores para o digital”. Nas suas palavras,

(...) existe uma necessidade de reinvenção do modelo de trabalho e do modelo de negócio. Não acredito que os órgãos de informação em papel irão desaparecer, mas acredito que dentro de poucos anos serão lidos apenas por um nicho de pessoas, e feitos por equipas muito pequenas. O jornalismo em papel perdeu, para o digital, o seu ADN noticioso, precisamente porque a produção em papel

obriga a que as notícias percam, automaticamente, seis a oito horas de atualidade, que é o tempo que leva a imprimir um jornal e a levá-lo às bancas. Oito horas, em digital, são uma vida. Uma notícia com oito horas em digital é uma notícia antiga, e quando um jornal em papel chega às mãos de um leitor já vem, pelo menos, com oito horas de atraso.

## Conclusão

Com o advento das novas tecnologias e o acesso alargado da Internet, o jornal em papel caiu em desuso. As empresas do ramo do jornalismo viram na Internet potencialidades que, até ao momento, não tinham sido aproveitadas e apostaram neste novo meio de comunicação para divulgarem os seus conteúdos, o que permitiu a introdução de um novo conceito de jornalismo, o jornalismo *online*. Os primórdios dos jornais na Internet remontam para a inclusão de pequenos excertos e textos completos de notícias de edições que tinham sido publicadas no periódico em papel. Contudo, com o tempo, os jornais começaram a produzir conteúdos específicos para o *online*, a par das notícias publicadas nos diários e nos semanários.

Não obstante, e com o passar dos anos, a tecnologia evolui e começaram a surgir redes que permitem o contacto e a partilha entre utilizadores. Desta forma, os jornais sentiram-se obrigados a explorar as potencialidades deste novo formato de comunicação. Através das redes sociais, há um maior número de informação que fica disponível a todos os leitores a uma escala global. As informações de última-hora são uma mais-valia para o órgão de comunicação social, uma vez que é permitido ao jornalista colocar o termo “em atualização”, disponibilizando a informação que o jornal tem até ao momento, enquanto que reestrutura a notícia com novas atualizações. Este género de notícias permitem que o leitor não fique sem o conhecimento da informação e que o jornal consiga ser pioneiro na divulgação da notícia.

O trabalho desenvolvido neste relatório de estágio, tem como ponto de partida o estudo de caso da cobertura noticiosa no jornal *Expresso Online*, num período máximo de três dias (13 a 15 de novembro de 2015), que correspondem ao dia exato e aos dois dias posteriores aos atentados ocorridos em Paris. O objetivo primordial da realização deste estudo de caso centra-se em compreender o impacto que as redes sociais podem ter na imprensa *online*, através da análise de notícias publicadas pelo *Expresso*, órgão de comunicação social onde realizei o estágio previsto no Mestrado de Ciências da Comunicação, especialização Estudos dos Media e Jornalismo. Os dados estatísticos apresentados, ainda que a amostra escolhida seja reduzida, permite inferir que existem várias potencialidades nas redes sociais que contribuem significativamente na difusão de notícias, com especial destaque para o *Facebook* que, como foi possível observar, se assumiu como uma plataforma crucial na visualização das notícias durante o período em análise.

Deste modo, os resultados obtidos no estudo de caso levam a que se coloquem algumas questões relevantes para a percepção deste fenómeno que se assiste no jornalismo.

**- Qual o futuro do jornalismo *online*? Quais as potencialidades máximas das redes sociais e de que forma é que elas se estão a tornar cada vez mais indispensáveis no trabalho do jornalista?**

Primeiramente é importante salientar que, atualmente, a tendência é que as pessoas consumam mais informação na Internet, em vez do característico jornal tradicional, o que leva, conseqüentemente, ao aumento do número de assinaturas digitais nos jornais. Embora o público sinta a mesma necessidade de consumir informação e que isto seja um ponto central no seu dia a dia, há uma propensão para o aumento da utilização do digital ao invés do papel, o que pode ser justificado pelo facto de existir uma constante atualização de informação que no jornal em papel não permite, e uma diversidade de conteúdos em vários formatos, nomeadamente vídeo, áudio e fotografia. Além disso, com o crescimento do acesso às redes sociais, a população começou a consumir informação através do *feed* de notícias, isto é, o mural, o que fez com houvesse uma diminuição do acesso ao *site* do jornal. O *Facebook* é uma das redes que se destaca nesse aspeto, uma vez que os jornais têm a sua própria página na sua rede social e partilham nela todos os conteúdos do *site*, permitindo ao leitor aceder a uma grande quantidade de informação, uma vez que através de um simples deslize pela rede social encontra diversos conteúdos. Não obstante, os órgãos de comunicação social têm por hábito partilhar as mesmas notícias várias vezes ao dia, o que pode ser justificado pelas horas cruciais de acesso às redes sociais, isto é, há uma tendência para o leitor utilizar o *Facebook* a determinadas horas, com especial destaque à noite, que faz com que o jornal volte a partilhar a notícia de forma a que o conteúdo não seja esquecido e tenha mais visualizações.

Outro dos aspetos que é importante referir são as mudanças que se verifica no jornalismo *online* e que começaram a surgir desde que as redes sociais apareceram,

nomeadamente a formatação dos conteúdos do jornal. Os primórdios do jornal remetem-nos para a edição em papel que, durante décadas, foi uma companhia. No entanto, ainda que o continue a ser, com a introdução e desenvolvimento do jornalismo *online*, notaram-se algumas alterações na formatação dos conteúdos. Como foi referido anteriormente, e defendido por Canavilhas, o jornalismo tradicional apresenta a pirâmide invertida, onde o jornalista responde às questões “o quê?”, “quando?”, “onde?”, “como?”, quem?” e “porquê”. Contudo, no jornalismo *online*, e segundo o autor, a pirâmide é “deitada”, dado que inicialmente se responde às questões “o quê?”, “quem?”, “quando?” e “onde?”, e só posteriormente é realizada uma contextualização do sucedido, com a utilização de, por vezes, hiperligações a outros textos sobre o mesmo tema. Além deste fenómeno, o jornalismo *online* também apresenta várias características, nomeadamente a interatividade, que permite que o leitor interaja com o jornalista e que este possa contribuir com informação, conduzindo o jornalista a escrever histórias sobre relatos pessoais no *Facebook* ou sobre as reações nas redes sociais a vários casos particulares e como se verificou aquando dos atentados de Paris.

Porém, com o aumento do uso e acesso das redes sociais, há também uma tendência para a modificação da formatação dos conteúdos elaborados no *online*. Atualmente, os jornais, quando partilham as notícias no *Facebook*, tendem a recorrer a aspetos que levem o leitor a carregar no conteúdo, de forma a ser reencaminhado para o *site* do jornal. Todavia, esses aspetos referem-se à forma como são escritos os títulos das notícias, ou seja, existe uma tendência para deixar em aberto o assunto da notícia ou então para formular perguntas em vez de títulos declarativos e que identificam de imediato as circunstâncias da notícia. O jornalismo tradicional é marcado por títulos assertivos e diretos, embora os que se verificarem, hoje em dia, quando se faz o *scroll* no *Facebook*, sejam títulos ambíguos, em que o leitor só sabe o assunto da notícia se carregar no conteúdo partilhado, mas que, ao mesmo tempo, despertam a curiosidade do leitor. Desta forma, e como se verifica, as redes sociais têm sido uma aposta dos órgãos de comunicação social, o que faz com que exista uma propensão para a modificação de algumas configurações do jornalismo online. No entender do jornalista Ricardo Martins Pereira, esta nova aposta do jornalismo *online* é um dos problemas que os produtores de notícias enfrentam com a entrada das redes sociais, uma vez que existe “a necessidade

de tornar esse mesmo conteúdo apelativo por forma a que os utilizadores o abram e o leiam”, o que permite que,

(...) muitas vezes não se procure o título mais correto do ponto de vista jornalístico, mas o título que apele mais ao clique, o que leva a exageros, sensacionalismo, a títulos manhosos que não correspondem bem ao que diz o artigo, mas que funcionaram a partir do momento em que levaram o utilizador até à notícia.

O *Facebook* é a rede social mais utilizada pela população e a mais vantajosa para os órgãos de comunicação, embora alguns autores considerem que o *Twitter* é a mais benéfica e adequada para o jornalismo. Contudo, a população utiliza mais o *Facebook* do que o *Twitter* e, por isso, os jornais sentem-se na obrigação de aproveitar as potencialidades oferecidas pelo mesmo. Desta forma, quando os conteúdos são partilhados e o leitor acede, por norma, as *cookies* do *site* definem a preferência dos leitores, consoante o artigo que acedeu, ou seja, se um utilizador ler um conteúdo de um jornal, provavelmente quando estiver no seu *feed* de notícias do *Facebook*, irão aparecer sugestões de leitura relacionadas com o mesmo.

Com a elaboração do estudo de caso observa-se que o jornalismo continua numa constante transformação e evolução, uma vez que as redes sociais assumem grande influência na leitura das notícias dos jornais. Desta forma, conclui-se também que o futuro do jornalismo *online* tende para o aumento das assinaturas digitais. Mesmo que a informação *online* seja gratuita, os jornais produzem conteúdos mais específicos e elaborados, que só podem ser acedidos através de um pagamento mensal ou, no caso do Expresso, se o leitor comprar o semanário, consegue aceder aos conteúdos digitais pagos através de um código. Em relação ao Expresso, além do *online*, ainda dentro da plataforma digital, disponibiliza ao leitor o “Expresso Diário”, onde constam conteúdos de atualidade, opinião, cultura e sobre assuntos mais específicos. Além disso, como os jornais têm vindo a verificar ao longo do tempo que as redes sociais são um ponto fulcral na comunicação no dia a dia, tendem a acompanhar o seu crescimento, exponenciado também o do jornal, através de uma maior partilha de informação e com o

intuito de ser sempre o primeiro órgão a transmitir a informação. Ao longo das décadas, o jornalismo sofreu profundas alterações e, por norma, é um fenómeno que evolui com o dia a dia da pessoa, ou seja, a forma como a sociedade comunica é importante para o jornalismo, dado que ao longo destes tempos se tem adaptado à forma de comunicar entre as pessoas e acompanhado a evolução de leitura dos leitores.

## Bibliografia Geral

Bastos, H. (2000). *Jornalismo Eletrónico: Internet e Reconfiguração de Práticas nas Redações*. Minerva.

Bastos, H. (2009). *Da implementação à estagnação: os primeiros doze anos de ciberjornalismo em Portugal*. Porto: Universidade do Porto. Disponível em [http://cimj.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=184:helder-bastos&catid=31:investigadores-integrados&Itemid=148](http://cimj.org/index.php?option=com_content&view=article&id=184:helder-bastos&catid=31:investigadores-integrados&Itemid=148) [Consultado em 05-03-2016]

Cardoso, G. (2006). *Os Media na Sociedade em Rede*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Carrilho, D. A. (2012). *Mudança do Papel do Jornalismo com as Novas Tecnologias de Informação e Comunicação*. Lisboa: ISCTE . Disponível em [https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/5231/1/DANIELACARRILHO\\_TESEFINAL.pdf](https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/5231/1/DANIELACARRILHO_TESEFINAL.pdf) [Consultado em 06-03-2016]

Corrêa, V. d. (2009). *Do Impresso ao Digital: Atualizações dos meios de comunicação e implicações culturais*. Disponível em <http://200.144.182.130/celacc/sites/default/files/media/tcc/218-679-1-SM.pdf> [Consultado em 06-03-2016]

Crato, N. (1982). *Comunicação Social. A Imprensa*. Lisboa: Editorial Presença.

Expresso. (2014). Expresso faz hoje 41 anos. *Expresso* . Disponível em <http://expresso.sapo.pt/sociedade/expresso-faz-hoje-41-anos=f849226> [Consultado em 15-03-2016]

- Francisco, K. C. (2010). O jornalismo e as redes sociais: participação, inovação ou repetição de modelos tradicionais? *Prisma.com - Especial Ciberjornalismo*. Disponível em <http://revistas.ua.pt/index.php/prisma.com/article/view/754/681>. [Consultado em 20-03-2016]
- Jácomo, T. C. (2013). *Jornalismo e as Redes Sociais: Novas práticas e tendências a partir da cobertura do portal G1.com sobre o*. Coimbra: Universidade de Coimbra.
- Martins, C. (2013). *Jornalismo Online: a convergência dos meios*. Universidade Fernando Pessoa. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/martins-celia-2013-jornalismo-online-convergencia.pdf>. [Consultado em 05-03-2016]
- Mota, A. S., & Barbosa, F. D. (2014). O Twitter e o Jornalismo. *Prisma.com - Revista de Ciências e Tecnologias de Informação e Comunicação do CETAC.MEDIA*, 6. Disponível em [http://revistas.ua.pt/index.php/prisma.com/article/view/2937/pdf\\_21](http://revistas.ua.pt/index.php/prisma.com/article/view/2937/pdf_21). [Consultado em 05-03-2016]
- Neto, P. P. (2006). Os diários generalistas portugueses na Internet. In G. Cardoso, & R. Espanha, *Comunicação e Jornalismo na Era da Informação* (p. 187). Porto: Campo dos Media .
- Nobre, C., & Magalhães, R. (2010). *Utilização do Twitter pelos meios de comunicação portugueses*. Internet Latent Corpus Journal. Disponível em <http://revistas.ua.pt/index.php/ilcj/article/view/940/874>. [Consultado em 06-03-2016]
- Pacheco, C. A. (2013). *Análise crítica e propostas de revisão na área editorial: uma experiência no Expresso*. Lisboa: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa. Disponível em

[http://run.unl.pt/bitstream/10362/12240/1/Relat%C3%B3rio%20de%20est%C3%A1gio\\_31%20outubro.pdf](http://run.unl.pt/bitstream/10362/12240/1/Relat%C3%B3rio%20de%20est%C3%A1gio_31%20outubro.pdf). [Consultado em 22-03-2016]

Pastoria, A. (2011). *Periodismo Digital: Intersecção e Desmaterialização*. Coimbra: Universidade de Coimbra. Disponível em <https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/19031/1/PERIODISMO%20DIGITAL%20-%20INTERSEC%C3%87%C3%83O%20E%20DESMATERIALIZA%C3%87%C3%83O.pdf> [Consultado em 05-03-2016]

Pires, C. T. (2013). *O impacto da internet no jornalismo de moda português: reestruturação e mudança*. Universidade Católica Portuguesa. Disponível em <http://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/17129/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20Final.pdf>. [Consultado em 22-02-2016]

Recuero, R. (s.d.). *Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão*. Disponível em <http://www.raquelrecuero.com/artigos/artigoredesjornalismorecuero.pdf>. [Consultado em 24-02-2016]

Rodrigues, C. (2012). Redes sociais: novas regras para a prática jornalística? In H. Bastos, & F. Zamith, *Ciberjornalismo. Modelos de negócio e redes sociais* (p. 141). Porto: Edições Afrontamento.

Steganha, R. (2010). *Jornalismo na internet: a influência das redes sociais no processo de confecção das notícias de entretenimento e celebridade*. Bauru. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/steganha-roberta-jornalismo-na-internet.pdf>. [Consultado em 05-03-2016]

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

Zamith, F. (2008). *Ciberjornalismo: As potencialidades da Internet nos sites noticiosos portugueses*. Porto: Edições Afrontamento.

[www.expresso.sapo.pt](http://www.expresso.sapo.pt).

Entrevista à jornalista Margarida Mota da secção do Internacional do jornal Expresso. Lisboa, 26 de abril de 2016.

Entrevista ao jornalista Ricardo Martins Pereira, diretor da revista online New in Town. Lisboa, 28 de abril de 2016.

# Anexos

## Anexo 1

The screenshot shows the Expresso website interface. At the top, there are navigation links for 'Blitz', 'Exame Informática', 'Assinaturas', 'Boa Cama Boa Mesa', 'Emprego', and 'Imobiliário'. The main header features the 'Expresso' logo and options for 'DIÁRIO' and 'SEMANÁRIO'. Below the header, there are menu items like 'ÚLTIMAS', 'OPINIÃO', 'ECONOMIA', 'EXPRESSO CURTO', 'PODCASTS', 'PRINCE', 'BRASIL', and 'PANAMA PAPERS'. A search bar is located on the right. The main article is titled 'Morreu Günter Schabowski, o homem que marcou a história com três palavras' and is dated '02.11.2015 às 17h58'. It includes social media sharing icons and a large photograph of Günter Schabowski and Egon Krenz. To the right of the article, there are two promotional banners for the Expresso app, one for the 'Boa Cama, Boa Mesa' app and another for the 'Expresso' app, both offering a 4,99c price.

Günter Schabowski (à direita) ao lado Egon Krenz, líder do Partido Comunista da RDA  
REUTERS

Günter Schabowski morreu este domingo, aos 86 anos, em Berlim. O nome é-lhe familiar? É provável que não. Mas o antigo porta-voz do Partido Comunista da então República Democrática Alemã (RDA) foi uma das personalidades mais marcantes da história do século XX, quando anunciou o desmoronamento da barreira mais emblemática da Europa, o famoso Muro de Berlim.

Corria a tarde de 9 de novembro de 1989 quando Günter Schabowski foi informado de que o Comité Central do PC tinha aprovado um decreto-lei, que determinava que os alemães orientais poderiam viajar de forma livre até ao mundo ocidental, o que até à data estava proibido, e que esse facto deveria ser comunicado publicamente.

Pouco depois, enquanto lia à imprensa estrangeira o decreto que tinha recebido pelas mãos de Egon Krenz, líder do Partido Comunista da RDA, Peter Brinkmann, jornalista do “Bild”, que estava sentado na primeira fila na sala de imprensa do Centro Internacional, interrompeu a leitura perguntando em que dia entraria em vigor a nova lei. Foi nesse momento que Schabowski respondeu “*Ab sofort!, unverzüglich*” (Imediatamente! Sem demora!), como recorda o “El País”.

O porta-voz não tinha reparado que a segunda página do documento referia que a lei entraria em vigor apenas a partir do dia seguinte. E, por isso, aquela sequência de três simples palavras ficou para a História.

Num ápice, instalou-se um clima de inquietação por parte dos jornalistas, que começaram a bombardear Günter Schabowski com novas questões, nomeadamente se o decreto também era válido para a Europa Ocidental. Desesperado, sem saber o que responder, o porta-voz resolveu ir mais longe e finalizar com uma frase lendária, afirmando que o movimento entre fronteiras da RDA e da RFA (República Federal da Alemanha) poderia realizar-se livremente, incluindo a cidade de Berlim, dividida pelo Muro.

Estava dado o mote ao derrube do Muro de Berlim, 28 anos decorridos sobre o seu levantamento. No seu último encontro com jornalistas estrangeiros, Schabowski referiu que tinha sido a pessoa escolhida para anunciar o conteúdo do decreto, mas que não tinha consciência das consequências futuras dessa decisão política.

Após essa comunicação histórica, Schabowski perdeu o emprego como porta-voz e a sua casa em Wandlitz, onde vivia a maioria dos políticos da RDA, e acabou condenado, em 1977, com uma pena de três anos, por ter participado na conferência onde se autorizou a polícia das fronteiras da RDA a disparar contra os alemães que tentassem fugir do país comunista.

Ao contrário dos restantes acusados nesse julgamento, Günter Schabowski foi o único que teve a dignidade de reconhecer a sua culpa e pedir desculpas pelos crimes cometidos, pedindo publicamente o perdão aos familiares das vítimas. “Como antigo seguidor e protagonista dessa visão do mundo, sinto-me culpado e envergonhado quando recorro às pessoas que morreram ao tentar atravessar o Muro”, disse no início do seu julgamento.

Schabowski não chegou a cumprir a pena de três anos, porque ao final do primeiro foi libertado. Assim que saiu da prisão, voltou a exercer a sua profissão de jornalista mas num jornal regional, em Land de Hesse. Antes disso, graças à sua proximidade com Erich Honecker, então Presidente da RDA, tornou-se diretor do jornal “Neues Deutschland”, órgão oficial do Partido Comunista da Alemanha Oriental, cargo que desempenhou entre 1978 e 1985.

## Anexo 2



**Expresso** | Diário | Semanário

ÚLTIMAS - OPINIÃO - ECONOMIA - EXPRESSO CURTO - PODCASTS - PRINCE - BRASIL - PANAMA PAPERS 2:59

### Ritual das moedas volta à Fontana di Trevi

04.11.2015 às 14h39

Alexandro Di Meo / EFN

Depois de 17 meses de obras, a famosa e esbelta fonte romana de estilo barroco reabriu esta terça-feira. Já é possível voltar a pedir desejos enquanto se lança uma moeda para a água

**E**sta terça-feira, Roma voltou a dar brilho à Fontana di Trevi, após quase um ano e meio de restauração. A fonte, um dos monumentos mais procurados pelos turistas que visitam a capital italiana, reabriu com um sistema moderno que permitirá que a água possa escorrer sem danificar o mármore da escultura desenhada em estilo barroco.

Expresso | Angola faz lei de retaliação contra Portugal | 4,99€ | Aderir agora

Claudio Parisi Presicce, superintendente romano, e o presidente da casa de moda Fendi, Pietro Beccari, que financiou o projeto com um donativo de 2,2 milhões de euros, inauguraram a fonte com um gesto tradicional: atirar uma moeda à água enquanto se formula um desejo. Cumprido esse ritual, a construção romana iluminou-se e a água voltou a escorrer. Foram milhares os turistas que estiveram presentes, aplaudindo o momento.

Vinte cinco anos decorridos sobre o último restauro, a Fontana di Trevi recupera assim a beleza e glamour que ficaram bem parentes em "La Dolce Vita", filme de Federico Fellini que serviu de cenário para o banho sensual da atriz sueca Anita Ekberg. Os trabalhos envolveram a eliminação dos restos de cálcio e limpeza das estátuas, o arranjo das fugas de água e instalação de novas bombas de água. Também foi colocada uma proteção para afastar os pombos.

Como o monumento ficou completamente entaipado para a realização das obras, durante o quase ano e meio de trabalhos os turistas que ali se dirigiam cumpriam o ritual da moeda lançando-a para um recipiente com água. Mas agora já se pode cumprir a tradição de sempre junto a uma Fontana di Trevi rejuvenescida.

## Anexo 3

The screenshot shows the top navigation bar of the Expresso website with categories like 'DESPORTO', 'ULTIMAS', 'OPINIÃO', 'ECONOMIA', 'EXPRESSO CURTO', 'PODCASTS', 'PRINCE', 'IBASIL', 'PANAMA PAPERS', and 'Z:59'. The main headline is 'Dez minutos de conversa e um despedimento rápido' with a sub-headline '18.12.2015 às 11h00'. Below the headline is a photograph of José Mourinho in a car, with a police officer in a high-visibility vest standing outside. To the right of the photo are social media sharing icons and a '22' comment count. Further right is a promotional banner for the Expresso app, featuring the headline 'Angola faz lei de retaliação contra Portugal' and a price tag of 'Apenas 4,99€ por mês'. Below the banner is a 'GRATIS APP "Bom Causa, Bom Mês"' offer and a 'ADERIR AGORA' button.

Não havia muito a dizer. Os maus resultados obtidos pelo clube esta época apressaram o fim de ciclo de José Mourinho como treinador do Chelsea



O almoço de Natal com os jogadores é uma tradição no Chelsea e esta quinta-feira não foi exceção. Após o treino habitual e antes da notícia "fatídica", o treinador português almoçava com a sua equipa em Cobham, no centro de estágio dos blues. Ainda ninguém tinha conhecimento do despedimento, nem tampouco o treinador. Um almoço pouco festivo, no qual os jogadores notaram um ar sombrio por parte de Mourinho. Pouco antes das 14h surgiram os primeiros rumores da separação, pormenoriza o "The Telegraph".

A reunião que entretanto se seguiu entre Mourinho, o diretor Eugene Tenenbaum e o chairman Bruce Buck foi bastante curta. Em apenas dez minutos o treinador ficou a saber do seu despedimento. Não havia muito a dizer. Os maus resultados obtidos pelo clube esta época findaram o seu segundo ciclo como treinador do Chelsea. Finda a reunião, Mourinho arrumou as suas coisas em duas horas e abandonou o local sentado no lugar de pendura de um Jaguar, com a cara tapada por um capucho preto.

Quando o comunicado oficial foi libertado online, já todos os jogadores se tinham ido embora. Por isso, só tiveram conhecimento que não teriam mais como seu treinador Mourinho através de mensagens por telemóvel e *Whatsapp*. Até alguns dos ex-jogadores do Chelsea souberam primeiro.

#### UM UNIVERSO DE ESPECULAÇÕES

Esta foi a segunda passagem de Mourinho pelo Chelsea. Regressou ao clube londrino em agosto de 2013, mas desde o episódio com a médica Eva Carneira, a 8 de agosto, num jogo contra os Swansea City, que a sua reputação como treinador começou a "deteriorar-se". Pelo menos é assim que muitos em Inglaterra pensam.

E agora que o clube (já) não tem treinador especula-se sobre quem será o próximo sucessor. Mas as especulações não se ficam por aqui. Há uma incerteza no que toca ao montante que Mourinho irá receber como indemnização. A imprensa britânica não está em concordância e os valores variam entre os dez e os 18 milhões. No entanto, uma coisa é certa: independentemente do valor da indemnização, o treinador será sempre lembrado como o "*Special One*".

## Anexo 4

**Expresso** INTERNACIONAL ÚLTIMAS OPINIÃO ECONOMIA EXPRESSO CURTO PODCASTS PRINCE BRASIL PANAMA PAPERS 2:59

### Falso alarme. Encontrado na praia o turista britânico dado como desaparecido na Tailândia

18.12.2015 às 20h46

Após estar sem contactar a família vários dias, Jordan Jacobs enviou uma mensagem aos pais, em que dizia estar numa ilha e que um homem não o deixava sair. Afinal, não havia razão para alarme. Envergonhado com a situação, lamenta agora a preocupação que causou

**E** pareceu, são e salvo, o britânico dado como desaparecido na Tailândia. Jordan Jacobs, de 21 anos, tinha enviado uma mensagem aos pais em que afirmava que um homem o tinha levado para uma ilha e não o deixava sair, mas, afinal, tudo não passou de um falso alarme.

"Qualquer informação, por mais pequena que possam ser, poderá ser enorme. Qualquer observação ou potenciais avistamentos. Qualquer contacto. Qualquer coisa." Assim escrevia no seu Facebook, desesperada, Emily Jacobs, a irmã do suposto desaparecido, procurando ajuda.

O caso ficou esclarecido, embora se revelasse muito diferente do que parecia, e o britânico sente-se agora culpado pela preocupação que causou à sua família. Segundo o jornal "The Guardian", estava até a "divertir-se muito". Jordan Jacobs, oriundo de Lyneham, em Wiltshire, no Reino Unido, estava desaparecido há cinco dias, quando comunicou com os seus pais, através de uma mensagem em que dizia que um homem não o deixava sair da ilha tailandesa Phi Phi. Antes disso, sabia-se apenas que tinha sido visto pela última vez no sábado, na ilha mais conhecida do arquipélago.



O caso ficou esclarecido, embora se revelasse muito diferente do que parecia, e o britânico sente-se agora culpado pela preocupação que causou à sua família. Segundo o jornal "The Guardian", estava até a "divertir-se muito". Jordan Jacobs, oriundo de Lyneham, em Whiltshire, no Reino Unido, estava desaparecido há cinco dias, quando comunicou com os seus pais, através de uma mensagem em que dizia que um homem não o deixava sair da ilha tailandesa Phi Phi. Antes disso, sabia-se apenas que tinha sido visto pela última vez no sábado, na ilha mais conhecida do arquipélago.

A mensagem que Emily publicou no Facebook referia que o irmão tinha deixado o hostel onde se encontrava, saindo sem os amigos, também viajantes. Segundo conta o "The Guardian", Jordan tinha conhecido um homem numa lavandaria perto do hostel e este ter-lhe-ia oferecido boleia gratuita para a ilha Phi Phi. A mensagem para os pais foi enviada nessa mesma noite.

#### SÓ NÃO SABIA SE IA PASSAR O NATAL EM CASA

Jordan começou por usar o Facebook para dizer que nunca mais iria estar com a família "e que estava arrependido por não conseguir ver os pais mais nenhuma vez, mas que os amava", contou a irmã ao "Mail Online". Dizia também que tinha medo do homem que não o deixava sair.

A mãe, angustiada, pediu que ele entrasse em contacto com a família. Horas mais tarde, Jordan disse então que estava com o tal homem tailandês e que não podia sair, acrescentando que já tinha falado de mais. Foi então que a irmã recorreu às redes sociais para pedir ajuda.

O jovem britânico acabou por explicar que estava sem bateria no telemóvel há alguns dias e não fazia ideia do que estava acontecer. Só se apercebeu da situação ao aceder à internet. E pensou: "está tudo louco".

Afinal, quando Jordan disse que não sabia se voltava a casa referia-se ao facto de não saber se iria conseguir passar o Natal em família, porque tinha uma caução paga para um curso de mergulho. O turista britânico, viaja há um ano pela Austrália e o sul da Ásia, foi encontrado pelas autoridades junto à praia e encontrava-se bem de saúde.

Em declarações ao jornal "Telegraph", o irmão de Emily agradeceu o facto de eles estarem preocupados, mas que se sentia muito culpado pela situação, uma vez que não fazia ideia do que se passava, consciente de que agora será sempre conhecido como "o rapaz que desapareceu nas férias".

## Anexo 5

CULTURA

### “Artista de múltiplos talentos”. É assim que David Bowie é recordado

11.01.2016 às 11h12



LEONARDO FERREZ



Angola faz lei de retaliação contra Portugal

LER CÓDIGO DE ACESSO



“Lenda”, “um dos músicos mais célebres dos tempos modernos” e “uma das figuras com mais êxito e influência da música rock”, assim é vista nos *media* internacionais e nas redes sociais a morte de David Bowie



O mundo da música ficou mais pobre esta segunda-feira com a morte de David Bowie. Aos 69 anos, completados na passada sexta-feira, o cantor britânico não resistiu ao cancro que combatia há 18 meses. A morte foi confirmada pela sua família na página oficial do Facebook.

“David Bowie morreu pacificamente rodeado da sua família, depois de uma corajosa batalha de 18 meses contra o cancro. Enquanto muitos de vós partilham esta perda, pedimos para que respeitem a privacidade da família durante o período de luto”.



A imprensa internacional não tardou a reagir à morte do artista pop. Para o britânico “The Independent”, Bowie foi “um dos músicos mais célebres dos tempos modernos”, enquanto o “The Guardian” o aponta como uma “lenda”, conhecido “pela inovação e experimentação musical”.

O “The New York Times” fala num “artista de múltiplos talentos”, que escreveu canções sobre “ser um *alien*, um desajustado, um aventureiro sexual e um astronauta distante”. Recorda ainda que a sua música sempre “foi uma mistura de rock, cabaré e jazz”.

Em Espanha, o “El Mundo” menciona Bowie como “uma das figuras com mais êxito e influência da música rock”, enquanto o “El País” fala do “choque pela morte do artista londrino que influenciou como poucos a música e a estética durante 50 anos”.

Além deste tributo por parte dos *media*, também as redes sociais estão inundadas de publicações em homenagem a Bowie, com várias hashtags como #rip e #ripDavidBowie.

O primeiro-ministro britânico David Cameron já lamentou a “enorme perda” nacional, referindo que cresceu a ouvir e a assistir “o génio pop”.

Entre muitos outros tweets, destacam-se nomes conhecidos como Kanye West, Russell Crowe e Adam Lambert.



**Duncan Jones**  [@ManMadeMoon](#) [Seguir](#)

Very sorry and sad to say it's true. I'll be offline for a while. Love to all.

06:54 - 11 Jan 2016

↳ 67.233 ❤️ 98.624

**David Cameron**  [@David\\_Cameron](#) [Seguir](#)

I grew up listening to and watching the pop genius David Bowie. He was a master of re-invention, who kept getting it right. A huge loss.

07:17 - 11 Jan 2016

↳ 4.009 ❤️ 5.263

**Jon Snow**  [@onsnow04](#) [Seguir](#)

One the greatest rock star legends of our lives...David Bowie has died...such a desperate loss...creative genius ...pause to remember...

07:18 - 11 Jan 2016

↳ 696 ❤️ 1.027

**Russell Crowe**  [@russellcrowe](#) [Seguir](#)

RIP David. I loved your music. I loved you. One of the greatest performance artists to have ever lived. #Rorrow

07:07 - 11 Jan 2016

↳ 1.132 ❤️ 3.156



**Randy Jackson**  [@YO\\_RANDY JACKSON](#) [Seguir](#)

RIP to a true legend. David Bowie

07:40 - 11 Jan 2016

↳ 215 ❤️ 323

**Steve S** @RulsipR [Seguir](#)

Some news wakes you up and shakes you to the very core.  
 #RIPDavidBowie

07: 06 - 11 Jan 2016

3 12

**KANYE WEST** @kanyewest [Seguir](#)

David Bowie was one of my most important inspirations, so fearless, so creative, he gave us magic for a lifetime.

07: 27 - 11 Jan 2016

83.849 149.833



**ADAM LAMBERT** @adamlambert [Seguir](#)

RIP Bowie

07: 10 - 11 Jan 2016

3.323 4.758

David Bowie tinha lançado em todo o mundo, na passada sexta-feira, precisamente no dia em que completava 69 anos, o seu último álbum intitulado "Blackstar".

O "The Independent" recorda o videoclip da música "Lazarus", que pertence ao novo álbum, e na qual Bowie surge deitado numa cama de hospital, frágil, com uma venda e dois botões cozidos no lugar dos olhos, a cantar: "Olhem para mim. Estou no céu" e "tenho cicatrizes que não podem ser vistas". O vídeo termina com Bowie a escrever uma nota antes de entrar num armário escuro que está junto à cama.

Nascido a 8 de janeiro de 1947, em Londres, o seu nome verdadeiro era David Robert Jones. Segundo o "The Guardian", no início da carreira Bowie trocou o seu apelido para não ser confundido com Davy Jones, dos "The Monkees". Ao longo da sua carreira artística lançou 25 álbuns e participou como ator em vários filmes.

## Anexo 6

INTERNACIONAL

### Ramos-Horta: "Fui contra a declaração unilateral da independência!"

28.11.2015 às 11:08

25



Angola faz lei de retaliação contra Portugal

LER

CÓDIGO DE ACESSO



A 28 de novembro de 1975 a Freltilm declarou unilateralmente a independência de Timor-Leste. Nove dias depois, a ex-colónia portuguesa foi invadida pela Indonésia, para uma brutal ocupação que se prolongou até ao histórico referendo de 1999. 40 anos depois da bandeira de Portugal ter sido arriada de Dili, o Expresso entrevistou em Lisboa o Nobel da Paz, José Ramos-Horta, que foi primeiro-ministro e Presidente da República de Timor-Leste



JOSÉ PEDRO CASTANHEIRA



RAQUEL ALBUQUERQUE



JOÃO SANTOS DUARTE

Aos 65 anos, José Ramos-Horta viaja por todo o mundo. É orador em múltiplas conferências, e a sua experiência como diplomata e moderador é requisitada em várias situações, como aconteceu recentemente na Guiné-Bissau. Momentos antes de dar a entrevista ao Expresso, falou ao telefone com o Ministro dos Negócios Estrangeiros do Kosovo, a quem prometeu ajuda. "Sou um grande admirador seu há décadas, sei bem o que fez pelo seu país", disse-lhe o político kosovar.



#### Onde estava no 25 de Abril?

Estava em Dili. Em Lisboa era 25 de abril, lá já era dia 26 devido ao fuso horário. De manhã, estava no jornal "Voz de Timor", onde era o editor, e apareceram dois senhores, um deles da PIDE. "Sabe que houve um golpe em Portugal?", perguntou. E eu pensei: "Está a querer pregar-me uma rasteira a ver se eu fico todo satisfeito." "Ah, sim?", disse-lhe.

#### O jornalista não acreditou nessa fonte...

Não acreditei. Uns meses antes, eu tinha tido um problema sério com o governo português. Escrevera um artigo para o jornal "A Seara", que não era sujeito à censura prévia porque era um quinzenário da igreja. O final do artigo era: "Maubere, meu irmão, levanta-te, são horas, o sol já vai alto, as suas luzes são também para ti". O governador, Fernando Alves Aldeia, que me protegia da PIDE, chamou-me ao seu gabinete, atirou-me o jornal à cara e disse: "Vou a Portugal e quando voltar digo-te o que é que eles vão querer fazer. O que gostarias? Ir para a prisão ou para fora do país?" Entre aquela escolha era óbvio que queria ir para fora. Ele foi a Portugal e na altura foi apanhado pela revolta das Caldas da Rainha...

#### O golpe das Caldas, a 16 de março de 1974.

Sim. Em Lisboa disseram-lhe: "Sim senhor, ele pode sair do país". Comecei a preparar a minha saída de Timor, prevista para 27 de abril. Veio o 25 de abril e, naquela mesma manhã, um militar português, Cris Cristelo, que ainda está vivo, um daqueles oficiais anticolonialistas, apareceu e deu-me um grande abraço. Aí é que acreditei que as coisas estavam a mudar.

#### Meteu-se logo na política...

Já me tinha envolvido antes com o Mari Alkatiri e o Nicolau Lobato. No princípio dos anos 70, éramos muito jovens, 20 ou 21 anos, sem a mais pequena experiência, nenhum de nós tinha estudos universitários, mas já tínhamos estado fora. Em 1970, com uma encrenca que tive com a PIDE, fui parar a Moçambique, fiquei lá dois anos, voltei em 1972. Era o único que tinha estado em Moçambique, mas não aprendi nada lá.



Ramos Horta entrevistado pelo Expresso nos anos 70

### O 25 de abril mudou completamente a sua vida?

Completamente. Fui apanhado no remoinho. Comprei o meu bilhete para Jacarta, para criar o meu partido, a ASDT (Associação Social-Democrata Timorense).

**Quando formou a ASDT, a questão da independência já se colocava?**

Antes mesmo da constituição formal da ASDT o nosso grupo já advogava a independência de Timor-Leste.

**E porquê a designação de Social-Democrata? Era uma profissão nesse modelo de sociedade?**

Essa foi uma proposta minha. Desde que me conheço como pensador político, desde os 18 e 19 anos, que o meu modelo era associado à social-democracia sueca. Ainda hoje.

**Um dos elementos que o distingue de quase todos os seus camaradas é o facto de, sendo de formação católica, nunca ter estado num seminário.**

Nem sei porque nunca fui para o seminário. Andei sete anos na missão católica, mas os meus pais mandaram-me para o liceu. Se tivesse ido, hoje estaria em Roma, provavelmente como cardeal.

**Papa?**

A Papa não diria, mas a cardeal podia chegar. Pelo menos é mais fácil. Daria menos dores de cabeça ser cardeal do que político em Timor-Leste...

**Na declaração unilateral da independência, pela Fretilin, a 28 de novembro de 1975, estava em Díli?**

Estava na Austrália. Tinha lá ido fazer lóbi, sobretudo nas embaixadas em Camberra. Regressei de Camberra para Darwin, para no dia seguinte apanhar o avião para Díli, quando soube que a Fretilin fizera uma declaração unilateral da independência.



**Não lhe comunicaram a decisão? Na altura, você já era o responsável pelas relações externas...**

Antes de sair tinha manifestado a minha discordância. Eu não discordaria de uma declaração unilateral da independência, mas para a fazer tinha que ser bem preparada. Quando cheguei a Díli, Timor-Leste já tinha outro estatuto: era a República Democrática de Timor-Leste.

**Quem decide declarar a independência?**

O Comité Central da Fretilin.

**A que pertencia.**

Pertencia, mas o facto de ter estado ausente não invalida a decisão.

**Ainda voltou a Timor?**

Sim, para a posse do governo. Cheguei a Díli só com tempo para vestir um fato.

**Já com lacinho?**

Sem lacinho e sem gravata, só um casaco. Fui à cerimónia de posse como Ministro de Relações Externas e Informação.

**Exerceu durante quantos dias?**

Dez dias. Entretanto reuniu-se o primeiro Conselho de Ministros presidido por Nicolau Lobato, que designou para cada um de nós algumas tarefas. Mari Alkatiri ia para Moçambique cuidar do apoio africano. Lobato ia também para fora, mobilizar apoio militar para as Falintil. Por fim, o Horta ia para Nova Iorque para tentar mostrar a nossa causa junto do Conselho de Segurança das Nações Unidas.

Dez dias. Entretanto reuniu-se o primeiro Conselho de Ministros presidido por Nicolau Lobato, que designou para cada um de nós algumas tarefas. Mari Alkatiri ia para Moçambique cuidar do apoio africano. Lobato ia também para fora, mobilizar apoio militar para as Falintil. Por fim, o Horta ia para Nova Iorque para tentar mostrar a nossa causa junto do Conselho de Segurança das Nações Unidas.

Foi em Lisboa, em trânsito para Nova Iorque, que Ramos Horta ficou a saber que a Indonésia tinha invadido Timor. Já nos Estados Unidos, teve a sua primeira lição de "hipocrisia internacional" quando chegou às Nações Unidas: Washington votou a favor de uma resolução que condenava a invasão, ao mesmo tempo que continuou a fornecer armas à Indonésia durante anos.



Dois acontecimentos acabaram por mudar a história de Timor. Um foi a atribuição do Prémio Nobel a Ramos Horta e D. Ximenes Belo, em 1996. "Fiquei surpreendido, não queria acreditar quando um jornalista me ligou a dar a notícia". O outro foi o massacre de Santa Cruz, em 1991.



#### **Quem propôs o seu nome para o Nobel?**

Uma deputada socialista, membro do próprio Comité, creio que em 1994. O meu nome e do bispo Belo começaram a ser ativamente considerados em 1995, mas nesse ano decidiram dar ao trio do Médio Oriente. Mais tarde, comecei a conhecer o processo e a sensibilidade dos membros do Comité Nobel e a partir daí nomeei algumas pessoas para Nobel. Fui eu que propus a União Europeia, o presidente da Coreia, Kim Dae-jung, e Muhammad Yunus.

#### **Chegamos ao referendo sobre a independência, em 1999. Não votou?**

Votei, mas em Sidney com a comunidade timorense. Mas assim que ganhámos começou a violência.

Portugal acabou por exercer um papel importante no processo de independência de Timor-Leste. Em entrevista ao Expresso, Ramos Horta conta que o primeiro-ministro de então, António Guterres, chegou a ameaçar os Estados Unidos com a saída da NATO, caso Washington não desse o apoio à causa timorense.



#### **Regressou a Timor em 1 de dezembro de 1999.**

Exato. Finalmente, depois de 24 anos.

#### **Anos mais tarde, em 2008, foi vítima de um atentado que lhe ia tirando a vida. Converteu-se?**

Não diria disso, porque eu já era católico. Nunca deixei de o ser. Não sou grande frequentador da missa, mas sou crente de Cristo e de Deus, às vezes não praticante.

#### **Quem foi realmente o mandante do atentado?**

O autor principal foi o major Alfredo Reinado, com quem tinha dialogado na tentativa de o persuadir e de evitar o uso da violência. Naquela manhã, muito cedo, decidi ir a minha casa - disse aos seus correligionários que eu o tinha chamado, embora não o tivesse feito. Eu tinha saído para caminhar e quando entrei na minha rua comecei a sentir que algo não estava bem. Tentei fugir quando me deu o primeiro tiro. Mas o que aconteceu não foi planeado. Porque ninguém me planeou matar.

#### **Agiu por conta própria?**

O Alfredo Reinado fez tudo por conta própria, como sempre. Estive dez dias em coma induzido, em Darwin. Quase dois meses depois regressé a Díli, em 18 de abril de 2008.

#### **Numa entrevista afirmou que ao longo da sua vida disse muitas asneiras. Quer revelar algumas de que tenha vergonha?**

As asneiras que tenha dito estão em alguns jornais. Mas sim, há algumas que me arrependo de ter dito.

#### **Há alguma atitude ou decisão de que se tenha manifestamente arrependido?**

Não. Há coisas em que eu era contra, como, por exemplo, a declaração unilateral da independência. Eu discordava, mas os meus camaradas que tomaram a decisão achavam que não havia outra alternativa. Portanto, não tenho necessariamente razão.

## Anexo 7

**Expresso** ÚLTIMAS OPINIÃO ECONOMIA EXPRESSO CURTO PODCASTS PRINCE BRASIL PAMAMA PAPERS 2:39

CULTURA

### Braga tirou da degradação 250 anos de história

26.12.2015 às 16h07



Palácio do Raio - propriedade da Santa Casa da Misericórdia de Braga  
CREDITOS: LUIS FERREIRA ALVES



Angola faz lei de retaliação contra Portugal

LER CÓDIGO DE ACESSO



Expresso 4,99€  
GRÁTIS APP "Boa Casa, Boa Mesa"  
ADERIR AGORA >



A cultura portuguesa viu esta segunda-feira rejuvenescer uma das suas obras mais antigas do barroco. O Palácio do Raio, construído em meados do século XVIII e que estava em profunda degradação, foi restituído à cidade de Braga através da Santa Casa da Misericórdia de Braga. O ex-libris da cidade minhota acolhe agora o novo Centro Interpretativo das Memórias da Misericórdia de Braga, permitindo que o Palácio do Raio volte a ser um dos pontos turísticos da cidade.

“O Centro Interpretativo nasceu da necessidade de restaurar e conservar o Palácio do Raio”, afirmou fonte da Santa Casa da Misericórdia de Braga ao **Expresso**. O edifício barroco de variante rococó, com azulejos azuis e 11 janelas decoradas, sofreu profundas obras de reabilitação, conservação e restauro por parte da Instituição entre 2014 e 2015. Esta segunda-feira foi inaugurado na presença do ministro da Cultura, João Soares.

Através de um projeto financiado pelo ON.2 - Programa Operacional Regional do Norte -, que surgiu no âmbito do concurso PC/2/2013 e que tinha como objetivo apoiar a recuperação do património cultural, o projeto incluía a requalificação do Palácio do Raio e a instalação de um Centro Interpretativo.

Trata-se de uma nova unidade cultural, na qual o público terá acesso a um valioso espólio da Santa Casa da Misericórdia de Braga com mais de 500 anos de história, “que se encontra na sua maioria desconhecido do público em geral”, referiu fonte da Santa Casa.

Entre o diverso espólio, presente nas dez salas temáticas, é possível observar peças de arte sacra, têxtil, pintura, escultura, ourivesaria, cerâmica e documentação arquivística. No entanto, e uma vez que o edifício (já) foi marcado pela presença do Hospital de S.Marcos, há também uma sala específica com objetos da botica do hospital, que é atualmente a farmácia, onde será possível ver um “conjunto de documentos remontantes ao século XVI e às origens do hospital”, explicou a mesma fonte.

#### UM PALÁCIO COM 250 ANOS DE HISTÓRIA

O Palácio do Raio foi construído entre o período de 1752 e 1755 sob o desenho arquitetado pelo bracarense André Soares. Inicialmente, o edifício serviu de habitação à família do comerciante João Duarte de Faria, o primeiro proprietário, mas, em 1853, Miguel José Raio adquiriu o palacete, acabando por lhe dar o nome.

No final do século XIX, mais precisamente em 1884, foi vendido à Santa Casa da Misericórdia de Braga. Dado que o edifício encontrava-se estrategicamente bem localizado, e conseguia responder às necessidades do setor hospitalar, passou a ser integrado como o Hospital de S. Marcos.

Devido à deslocalização do Hospital distrital para outra região, "o Hospital de S.Marcos, que estava a ser administrado pelo Estado até 1974, foi devolvido à Santa Casa num acentuado estado de degradação. Portanto, urgia uma medida interventiva por parte da Santa Casa, para que o estado da degradação não se acentuasse e ainda pudessemos salvar o edifício", informou fonte da Instituição. Assim sendo, a 28 de dezembro de 2012, o antigo edifício do Hospital de S.Marcos regressou às mãos da Santa Casa.

"É um edifício [Palácio do Raio] muito querido para a cidade, não só pela arquitetura, mas também pela função hospitalar que teve a partir do início do seu percurso de vida", refere fonte da Santa Casa da Misericórdia de Braga. A criação do Centro Interpretativo tornar-se-á um novo ponto de atração turístico e cultural para os diferentes públicos e para a cidade de Braga.

## Anexo 8



#### Carta de Recomendação

O estágio de Flávia Barbosa no Jornal Expresso decorreu entre novembro de 2015 e fevereiro de 2016.

Sob a supervisão do Editor do online Germano Oliveira, o seu trabalho consistia em elaboração de textos jornalísticos, pesquisa nas agências de informação e alguns trabalhos de reportagem.

Revelou, na atividade desenvolvida, grande empenho e interesse nas várias atividades que desenvolveu.

Revelou sempre ser séria, dotada de um bom nível relacional com colegas e pessoas estranhas ao serviço.

Por serem verdade as minhas declarações preparei e assinei esta carta.

Paço d'Arcos, 24 de fevereiro de 2016

Germano Oliveira

Editor

## Anexo 9

**– No Google Analytics as visualizações feitas pela redação são contabilizadas na contagem final das *pageviews*?**

Sim. Não consideramos que sejam assim tão relevantes ao ponto de as excluirmos. A percentagem relativamente aos valores globais não deve chegar aos 0,5 por cento, por isso não nos parece um valor suficientemente relevante para as excluirmos.

**– Qual é a tendência futura do jornalismo *online* e do jornalismo em geral?**

Ao contrário do que muita gente julga, não é só o jornalismo em papel que enfrenta problemas e desafios. O jornalismo *online* tem muitos obstáculos que tem de ir constantemente ultrapassando. Recordo, há uns anos, o maior de todos: a proliferação da chamada informação branca, sem um rosto, sem autor, notícias produzidas por sites, portais, que ninguém sabia muito bem que escrevia, que eram quase sempre copiadas de jornais e revistas em papel e replicadas, sem assinatura, online.

Hoje o desafio é diferente. As redes sociais vieram alterar o comportamento dos utilizadores da Internet. Se não há muito tempo andavam de site em site, guardavam-nos nos Favoritos, tinham uma rotina de leitura mais ou menos regular, hoje em dia o comportamento é totalmente aleatório, frenético, sem qualquer tipo de ordem, porque as pessoas vivem nas redes sociais, sobretudo no *Facebook*, que passou a ser o que o *Google* ou o *Yahoo!* eram há uns anos, o ponto de partida, o cursor em branco onde se digitava o sítio para onde se queria ir. Hoje, isso faz-se sem pelo *Facebook*, mas sem cursor em branco, as pessoas andam ao ritmo do que lhes surge no mural, são guiadas pelo algoritmo, lêem o que o *Facebook* escolhe mostrar-lhes. Os utilizadores são muito mais passivos, mais preguiçosos, menos curiosos e exploradores, menos fiéis aos sites ou blogues de que gostam, como eu costumo dizer na brincadeira, são muito mais “Maria vai com as outras” e lêem tudo, desde que o conteúdo lhes pareça relevante.

Isto traz dois desafios aos produtores de conteúdo ou jornalistas: o primeiro, é a necessidade de tornar esse mesmo conteúdo apelativo por forma a que os utilizadores o abram e o leiam. Isto leva a que muitas vezes não se procure o título mais correto do ponto de vista jornalístico, mas o título que apele mais ao clique, o que leva a exageros, sensacionalismo, a títulos manhosos que não correspondem bem ao que diz o artigo, mas que funcionaram a partir do momento em que levaram o utilizador até à notícia; o

segundo é que os produtores de conteúdo ou jornalistas têm muitas vezes de confiar a qualidade do seu trabalho aos gestores de redes sociais, porque nem sempre são os próprios jornalistas a puxar a notícia para as redes sociais. O *Facebook*, hoje, assume uma importância quase igual à da rede de distribuição de jornais e revistas em papel. Um jornal pode ser maravilhoso mas se não chegar às mãos dos leitores nunca será lido e ninguém saberá que é maravilhoso. Com a informação online acontece a mesma coisa. Os utilizadores deixaram de ir diretamente aos sites e, como disse, navegam sobretudo no *Facebook*, que serve como porta de entrada em sites e blogues. Se a distribuição nas redes sociais não for eficaz e feita de forma profissional e competente, essas mesmas notícias nunca chegarão aos leitores. Por outro lado, e por culpa da alteração constante do algoritmo do *Facebook*, os gestores de redes sociais têm de procurar promover a interação constante dos utilizadores com a página, usando muitas vezes estratégias que em nada têm que ver com jornalismo, que muitas vezes não credibilizam o órgão de informação, mas que são encaradas como uma necessidade do “jogo”, porque se assim não for a publicação desaparece do mural dos utilizadores.

O jornalismo em papel enfrenta um desafio muito mais duro, o da constante migração dos leitores para o digital. Ou seja, existe uma necessidade de reinvenção do modelo de trabalho e do modelo de negócio. Não acredito que os órgãos de informação em papel irão desaparecer, mas acredito que dentro de poucos anos serão lidos apenas por um nicho de pessoas, e feitos por equipas muito pequenas.

O jornalismo em papel perdeu, para o digital, o seu ADN noticioso, precisamente porque a produção em papel obriga a que as notícias percam, automaticamente, seis a oito horas de atualidade, que é o tempo que leva a imprimir um jornal e a levá-lo às bancas. Oito horas, em digital, são uma vida. Uma notícia com oito horas em digital é uma notícia antiga, e quando um jornal em papel chega às mãos de um leitor já vem, pelo menos, com oito horas de atraso. Muitas daquelas notícias foram escritas há 20, 18 horas, por isso, a probabilidade de não serem notícias, porque o leitor já leu aquilo online, já ouviu na rádio, já viu na televisão, é bastante elevada.

Acredito que o jornalismo em papel irá evoluir para um formato menos noticioso e mais analítico, mais opinativo, com jornais e revistas assumidamente mais caras, com opinadores exclusivos e muito bem pagos, e que serão lidos por menos pessoas, mas

peessoas com capacidade financeira para os comprarem e uma predisposição intelectual para consumirem este tipo de produto.

**– Há uma tendência para as pessoas acederem, cada vez mais, à informação através do tráfego móvel?**

Sim, cada vez mais. O telemóvel é aquilo a que hoje chamamos *second screen*. As pessoas estão no computador e ao mesmo tempo usam o telemóvel para aceder à Internet. Podem estar no trabalho a ler mails e espreitam as redes sociais no telemóvel. Quando chegam a casa, estão a ver televisão no sofá, mas sempre com o olho no telemóvel ou no *tablet*.

Este comportamento percebe-se através da análise estatística dos dados, com um crescimento muito grande das entradas nos sites através do dispositivo móvel a partir das nove da noite.

Isto é vantajoso para os produtores de conteúdos porque prolongam o tempo de vida útil da audiência. Há uns anos, a Internet morria por completo entre as 18 e as 22 horas, que era o tempo que levava a que as pessoas saíssem do trabalho, fossem até casa, fizessem o jantar, jantassem, vissem um pouco de televisão e, depois, então, algumas voltavam para o computador para fazer uma ronda final em sites e blogues. Hoje em dia isso não é tanto assim, não há essa curva tão acentuada nessas horas, porque as pessoas andam na rua de olho nas redes sociais, andam no metro ou autocarro sempre a consultar o telefone, chegam a casa e enquanto estão a cozinhar vão espreitando o *Facebook* e lendo notícias.

Isto levanta outro desafio: perceber até que ponto este não passará a ser o comportamento dominante, e até que ponto não iremos passar a ter jornalistas a produzir conteúdos exclusivamente para dispositivos móveis, porque a informação deve chegar aos sítios onde as pessoas andam. Se há 100 anos andava toda a gente a ouvir rádio, há 60 toda a gente a ver televisão, há 40 todos liam jornais, hoje em dia todos usam *smartphone* para aceder a informação, logo, é nessa plataforma que os jornalistas também têm de estar.

# Anexo 10

## Melhores artigos Facebook

Nov 13, 2015 - Nov 13, 2015

This report is based on 248,212 sessions (58.83% of sessions). [Learn more](#)

All Users  
40.45% Sessions

Facebook

Sessions

200,000

100,000

Friday, November 13, 2015

Page	Sessions	Users
	170,724 % of Total: 40.46% (421,929)	151,717 % of Total: 45.46% (333,736)
1. /blogues/bloguet_lifestyle/Avidadesaltosaltos/2015-11-13-Se-ela-quiser-nao-e-pedofilia-e-Amor.-Nao-meus-senhores-e-crime	72,121 (42.24%)	71,864 (38.48%)
2. /internacional/2015-11-11-Nova-Zelandia.-Discurso-de-estudante-com-cancro-terminal-emociona-colegas-e-professores	16,599 (9.72%)	16,734 (8.96%)
3. /economia/2015-11-13-Conheca-os-53-novos-avioes-da-TAP--por-dentro-e-por-fora-	16,071 (9.41%)	16,806 (9.03%)
4. /	11,450 (6.71%)	7,495 (4.01%)
5. /life_style/familia/faltam-regras-na-educacao-das-criancas=f508483	2,791 (1.63%)	2,783 (1.50%)
6. /internacional/2015-11-12-Um-bebe-duas-cabecas.-Aconteceu-no-Bangladesh-	2,118 (1.24%)	2,468 (1.32%)
7. /internacional/2015-11-13-Fronteiras-encerradas-e-declarado-estado-de-emergencia-em-Franca	2,070 (1.21%)	2,207 (1.23%)

8.	/internacional/2015-11-11-O-caso-extraordinario-dos-chimpanzes-que-tomaram-conta-de-cria-com-Sindrom-e-de-Down	1,933 (1.13%)	1,907 (1.07%)
9.	/economia/2015-11-13-TAP-compra-53-novos-avioes-1	1,853 (1.08%)	1,074 (1.05%)
10.	/politica/2015-11-13-Verdes-vao-alem-da-troika-e-propoem-um-novo-feriado	1,596 (0.89%)	1,902 (1.02%)
11.	/economia/2015-11-13-Neeleman-Pedrosa-e-Pinto-servem-sobremesa-aos-trabalhadores-da-TAP	1,491 (0.87%)	1,865 (1.00%)
12.	/economia/2015-11-12-TAP-sem-dinheiro-para-pagar-salarios-ja-este-mes	1,373 (0.80%)	1,561 (0.85%)
13.	/internacional/2015-11-13-Tiroteios-em-Paris-fizeram-pelo-menos-80-mortos	1,251 (0.73%)	2,038 (1.09%)
14.	/politica/2015-11-12-PS-PCP-e-Bloco-A-profana-trindade-escreve-a-The-Economist	1,236 (0.72%)	1,416 (0.76%)
15.	/politica/2015-11-12-Passos-defende-revisao-constitucional-para-antecipar-eleicoes-1	1,193 (0.70%)	1,366 (0.73%)
16.	/internacional/2015-11-13-Tiroteiro-em-Paris-faz-variados-mortos-e-feridos	1,141 (0.67%)	1,170 (0.63%)
17.	/politica/quando-portas-escrevia-que-cavaco-mercia-um-estalo-f807452	1,071 (0.63%)	1,076 (0.58%)
18.	/desporto/2015-11-12-Crianças-a-cabecear-a-bola-no-futebol-Nos-EUA-passa-a-ser-proibido	972 (0.67%)	1,134 (0.61%)
19.	/internacional/2015-11-13-Dois-terroristas-mortos-durante-o-assalto-das-forças-especiais-ao-Bataclan	935 (0.66%)	1,088 (0.58%)
20.	/sociedade/2015-11-11-As-Marias-sao-rapazes-e-os-rapazes-tambem-choram	908 (0.63%)	943 (0.50%)
21.	/politica/2015-11-07-Anticomunista-obrigada	896 (0.62%)	804 (0.46%)
22.	/blogues/snap-expresso/2015-11-12-O-que-acontece-nos-bastidores-do-Coracao-d'Ouro-Comedia-comedia-1	818 (0.48%)	879 (0.47%)
23.	/politica/2015-11-12-CAP-Que-eu-saiba-soma-de-tres-perdedores-nao-da-um-vencedor	780 (0.48%)	867 (0.46%)
24.	/politica/2015-11-10-Pedro-Arroja-sobre-as-esganicadas-do-BE-Nao-queria-nenhuma-daquelas-mulheres-nem-dada	767 (0.46%)	894 (0.48%)
25.	/economia/2015-11-12-Sol-produziu-mais-energia-que-o-vento-pela-primeira-vez	762 (0.46%)	807 (0.43%)

Rows 1 - 25 of 1389

© 2016 Google

## Anexo 11

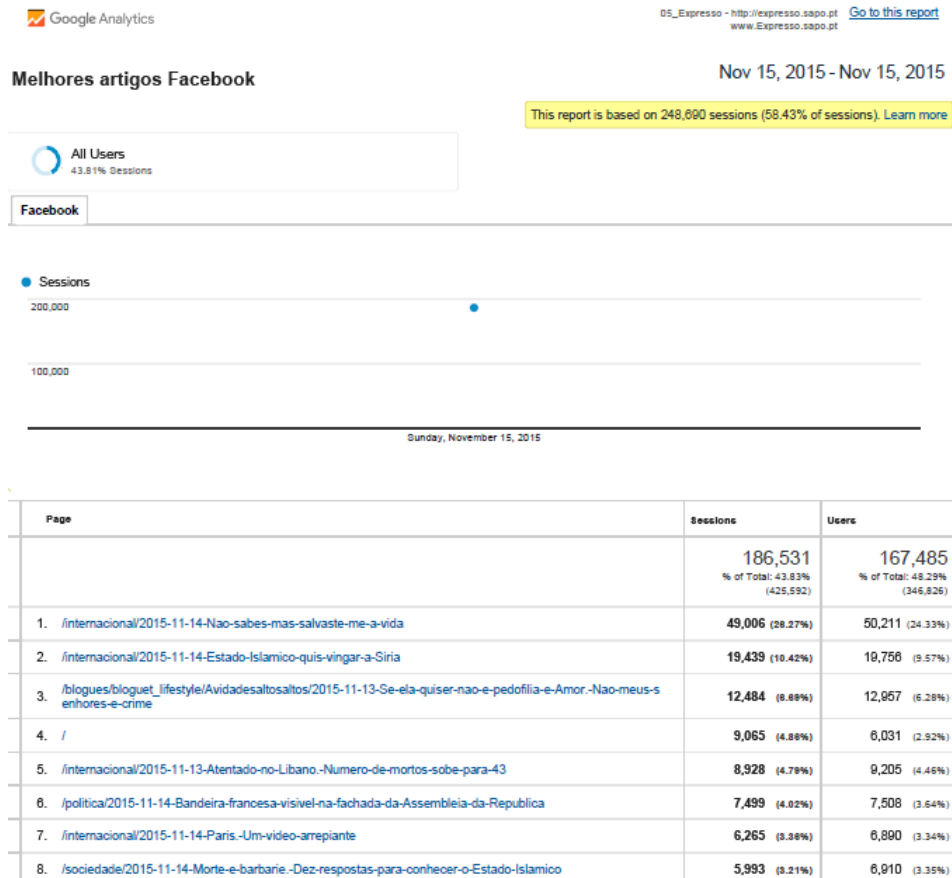
Page	Sessions	Users
	411,911 % of Total: 49.26% (836,269)	358,445 % of Total: 52.76% (679,371)
1. /internacional/2015-11-14-Estado-Islamico-ja-reivindicou-o-ataque-em-Paris	125,723 (30.62%)	125,963 (27.51%)
2. /internacional/2015-11-14-Estado-Islamico-quis-vingar-a-Siria	66,978 (16.28%)	67,042 (14.64%)
3. /internacional/2015-11-14-Estado-Islamico-ja-reivindicou-o-ataque-em-Paris	31,643 (7.89%)	31,960 (6.98%)
4. /blogues/bloguet_lifestyle/Avidadesaltosaltos/2015-11-13-Se-ela-quiser-nao-e-pedofilia-e-Amor-Nao-meus-se-nhores-e-crime	31,465 (7.84%)	32,897 (7.18%)
5. /internacional/2015-11-14-Paris-Um-video-arrepiante	27,021 (6.69%)	29,088 (6.35%)
6. /internacional/2015-11-14-Nao-sabes-mas-salvaste-me-a-vida	21,758 (5.28%)	22,743 (4.97%)
7. /	12,177 (2.98%)	9,055 (1.98%)
8. /internacional/2015-11-14-Paris-Comecaram-a-disparar-a-ogea-sobre-as-pessoas-com-armas-automaticas	7,636 (1.86%)	9,806 (2.12%)

9.	/internacional/2015-11-13-Atentado-no-Libano.-Numero-de-mortos-sobe-para-43	6,584 (1.80%)	6,739 (1.47%)
10.	/economia/2015-11-13-Conheca-os-53-novos-avioes-da-TAP-por-dentro-e-por-fora-	6,345 (1.64%)	6,867 (1.50%)
11.	/internacional/2015-11-14-Hoje-nao-vou-ver-os-U2-em-Paris	5,940 (1.44%)	6,618 (1.45%)
12.	/sociedade/2015-11-14-Atentados-Paris.-Dois-portugueses-que-ficaram-com-muito-medo	4,834 (1.17%)	5,812 (1.27%)
13.	/internacional/2015-11-11-Nova-Zelandia.-Discurso-de-estudante-com-cancro-terminal-emociona-colegas-e-professores	4,598 (1.12%)	4,976 (1.09%)
14.	/internacional/2015-11-14-Hajadistas-portugueses-em-Paris	4,224 (1.03%)	5,023 (1.10%)
15.	/internacional/2015-11-14-Confirmada-morte-de-segunda-vitima-portuguesa	3,493 (0.86%)	4,275 (0.93%)
16.	/life_style/familia/faltam-regras-na-educacao-das-criancas=#f08483	2,498 (0.61%)	2,539 (0.55%)
17.	/internacional/2015-11-14-Estado-Islamico-reivindica-oficialmente-atentados-em-Paris	2,434 (0.58%)	3,277 (0.72%)
18.	/internacional/2015-11-13-Novos-tiros-junto-a-sala-de-espetaculos-Le-Bataclan-em-Paris	2,003 (0.48%)	3,102 (0.68%)
19.	/internacional/2015-11-13-Fronteiras-encerradas-e-declarado-estado-de-emergencia-em-Franca	1,780 (0.43%)	2,181 (0.48%)
20.	/internacional/2015-09-10-Seis-mitos-sobre-os-refugiados	1,598 (0.39%)	2,036 (0.44%)
21.	/internacional/2015-11-14-Os-atentados-expostos-e-comentados-nas-redes-sociais	1,477 (0.36%)	2,427 (0.53%)
22.	/internacional/2015-11-14-A-Franca-leva-o-seu-11-de-Setembro.-Analise-do-editor-de-internacional-do-Expresso	1,416 (0.34%)	1,787 (0.39%)
23.	/desporto/2015-11-14-Franca-Alemanha-Eles-acharam-que-eram-petardos.-La-fora-explodiam-bombas	1,308 (0.32%)	1,662 (0.36%)
24.	/internacional/2015-11-14-Reportagem.-No-11-o-bairro-martir-de-Paris-	1,305 (0.32%)	1,662 (0.36%)
25.	/internacional/2015-11-14-Franca.-O-berco-do-jiadismo	1,207 (0.28%)	1,878 (0.41%)

Rows 1 - 25 of 967

© 2016 Google

## Anexo 12

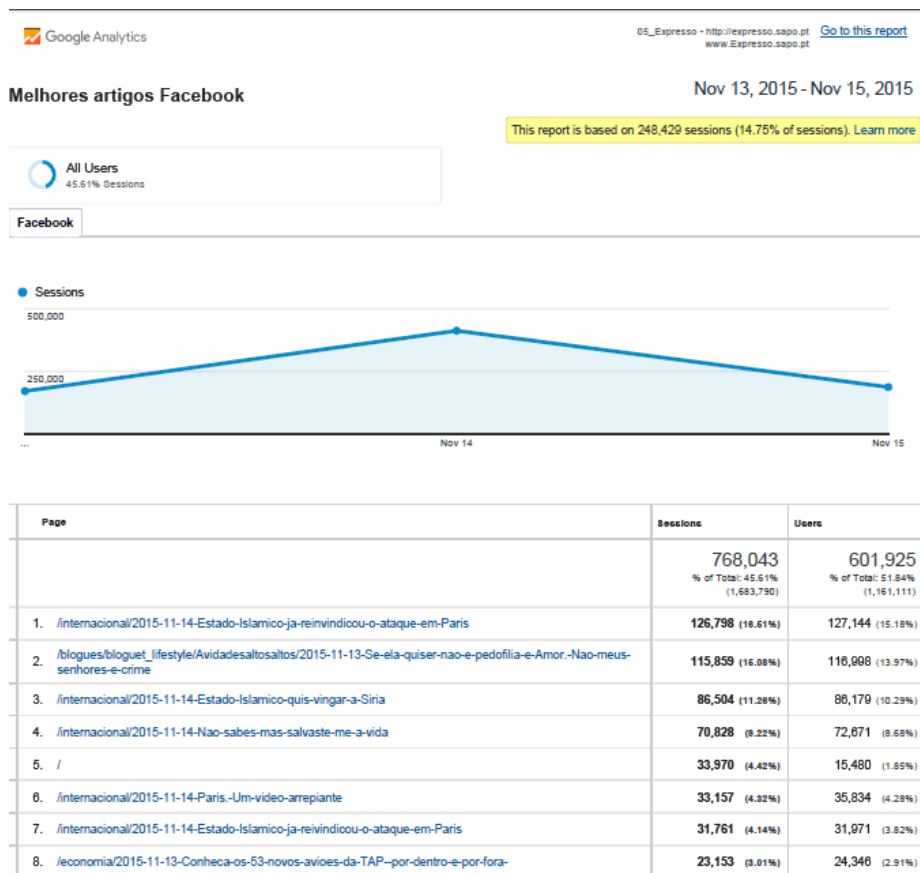


9.	/politica/2015-11-15-As-quatro-mulheres-que-conquistaram-o-mundo-machista-da-politica-portuguesa	5,908 (8.17%)	6,481 (3.14%)
10.	/internacional/2015-11-14-Hoje-nao-vou-ver-os-U2-em-Paris	4,891 (2.82%)	5,170 (2.50%)
11.	/internacional/2015-06-26-Ataque-do-Estado-Islamico-na-Siria-mata-145-civis-incluindo-criancas	4,876 (2.81%)	4,985 (2.42%)
12.	/internacional/2015-11-15-Ismael-o-frances-kamikaze-do-Bataclan	4,376 (2.66%)	5,545 (2.69%)
13.	/internacional/2015-11-14-Ha-jiadistas-portugueses-em-Paris	2,605 (1.40%)	3,055 (1.48%)
14.	/economia/2015-11-14-Bosch-deslocaliza-para-Portugal	2,389 (1.28%)	2,425 (1.17%)
15.	/economia/2015-11-15-Bosch-deslocaliza-para-Portugal	2,278 (1.22%)	2,338 (1.13%)
16.	/internacional/a-noiva-portuguesa-da-jihad=f888068	2,139 (1.16%)	2,117 (1.03%)
17.	/internacional/2015-11-15-Franca-bombardeia-Estado-Islamico-na-Siria	1,848 (0.98%)	2,297 (1.11%)
18.	/internacional/2015-11-11-Nova-Zelandia.-Discurso-de-estudante-com-cancro-terminal-emociona-colegas-e-professores	1,835 (0.98%)	1,882 (0.90%)
19.	/internacional/2015-11-15-Paris.-Carro-dos-tiroios-encontrado-com-Kalashnikovs-dentro	1,802 (0.97%)	2,223 (1.08%)
20.	/sociedade/2015-11-13-Estado-Islamico-ja-matou-tres-portugueses	1,716 (0.92%)	2,165 (1.05%)
21.	/internacional/2015-11-14-Confirmada-morte-de-segunda-vitima-portuguesa	1,511 (0.81%)	1,985 (0.96%)
22.	/life_style/familia/faltam-regras-na-educacao-das-criancas=f08483	1,414 (0.78%)	1,408 (0.68%)
23.	/sociedade/2015-11-07-Ja-sei-dizer-obrigado-em-portugues.-Ja-vos-posso-agradecer	1,215 (0.66%)	1,258 (0.61%)
24.	/economia/2015-11-13-Conheca-os-53-novos-avioes-da-TAP--por-dentro-e-por-fora-	1,126 (0.60%)	1,191 (0.58%)
25.	/economia/2015-11-14-Mais-trabalho-e-sob-maior-pressao-Sim-1	840 (0.46%)	840 (0.41%)

Rows 1 - 25 of 1234

© 2016 Google

## Anexo 13

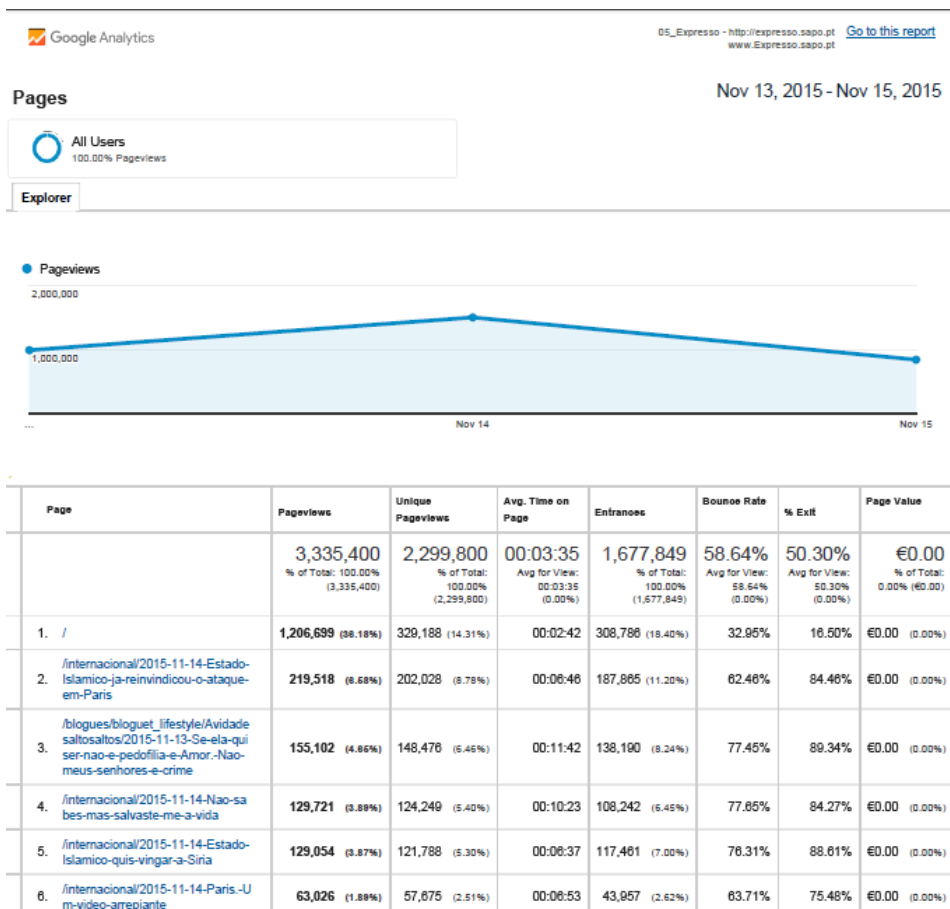


9.	/internacional/2015-11-11-Nova-Zelandia.-Discurso-de-estudante-com-cancro-terminal-emoçiona-colegas-e-professores	22,611 (2.84%)	23,071 (2.75%)
10.	/internacional/2015-11-13-Atentado-no-Libano.-Numero-de-mortos-sobe-para-43	15,704 (2.04%)	16,056 (1.92%)
11.	/internacional/2015-11-14-Paris.-Hoje-nao-vou-ver-os-U2-em-Paris	10,905 (1.42%)	11,805 (1.42%)
12.	/internacional/2015-11-14-Paris.-Começaram-a-disparar-a-ocga-sobre-as-pessoas-com-armas-automáticas	8,038 (1.05%)	10,275 (1.23%)
13.	/politica/2015-11-14-Bandeira-francesa-visível-na-fachada-da-Assembleia-da-Republica	7,347 (0.95%)	7,340 (0.88%)
14.	/life_style/familia/faltam-regras-na-educacao-das-criancas=#f08483	6,615 (0.86%)	6,602 (0.79%)
15.	/internacional/2015-11-14-Ha-jiadistas-portugueses-em-Paris	6,554 (0.85%)	7,713 (0.92%)
16.	/sociedade/2015-11-14-Morte-e-barbarie.-Dez-respostas-para-conhecer-o-Estado-Islamico	5,924 (0.77%)	6,088 (0.83%)
17.	/politica/2015-11-15-As-quatro-mulheres-que-conquistaram-o-mundo-machista-da-politica-portuguesa	5,592 (0.73%)	6,215 (0.74%)
18.	/internacional/2015-11-14-Confirmada-morte-de-segunda-vitima-portuguesa	5,124 (0.67%)	6,263 (0.75%)
19.	/internacional/2015-06-26-Ataque-do-Estado-Islamico-na-Siria-mata-145-civis-incluindo-criancas	4,724 (0.62%)	4,800 (0.58%)
20.	/sociedade/2015-11-14-Atentados-Paris.-Dois-portugueses-que-ficaram-com-muito-medo	4,697 (0.61%)	5,605 (0.67%)
21.	/internacional/2015-11-15-Ismael-o-francois-kamikaze-do-Bataclan	4,351 (0.57%)	5,429 (0.65%)
22.	/internacional/2015-11-13-Fronteiras-encerradas-e-declarado-estado-de-emergencia-em-Franca	4,141 (0.54%)	4,704 (0.56%)
23.	/economia/2015-11-14-Bosch-deslocaliza-para-Portugal	3,348 (0.44%)	3,382 (0.40%)
24.	/internacional/2015-11-11-O-caso-extraordinario-dos-chimpanzes-que-tomaram-conta-de-cria-com-Sindrom-e-de-Down	3,057 (0.40%)	3,226 (0.39%)
25.	/internacional/2015-11-13-Novos-tiros-junto-a-sala-de-espectaculos-Le-Bataclan-em-Paris	2,670 (0.35%)	3,000 (0.48%)

Rows 1 - 25 of 1302

© 2016 Google

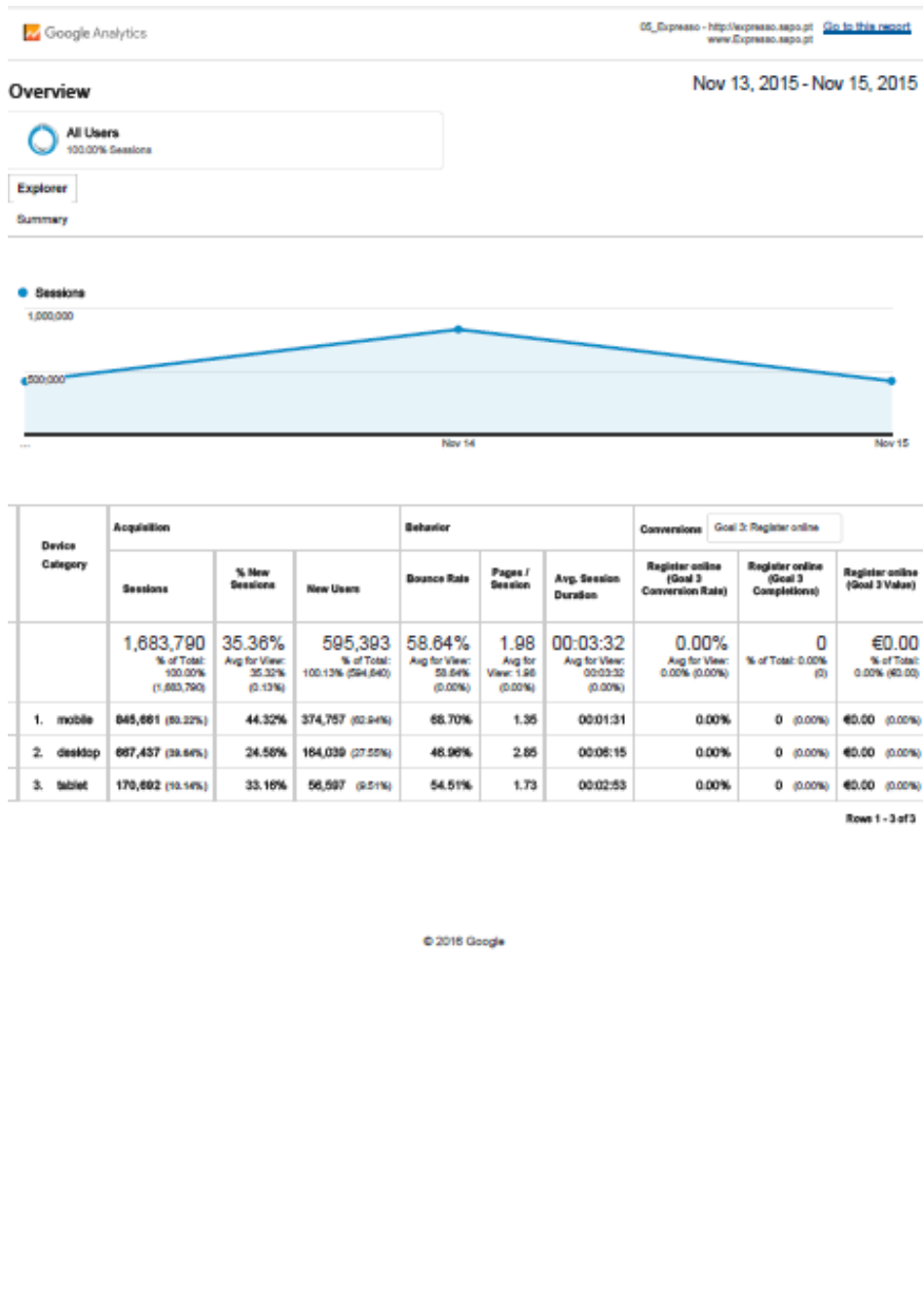
## Anexo 14



7.	/internacional/2015-11-14-Paris.-Comecaram-a-disparar-a-cega-sobre-as-pessoas-com-armas-automaticas	56,582 (1.70%)	52,230 (2.27%)	00:04:53	40,597 (2.42%)	50.21%	66.78%	€0.00 (0.00%)
8.	/economia/2015-11-13-Conheca-os-53-novos-avioes-da-TAP-por-dentro-e-por-fora	51,047 (1.69%)	49,312 (2.10%)	00:11:35	36,410 (2.17%)	37.87%	77.32%	€0.00 (0.00%)
9.	/internacional/2015-11-14-Estado-Islamico-ja-reivindicou-o-ataque-em-Paris	47,527 (1.42%)	44,594 (1.94%)	00:06:23	42,613 (2.54%)	75.64%	86.97%	€0.00 (0.00%)
10.	/internacional/2015-11-11-Nova-Zelandia.-Discurso-de-estudante-com-cancro-terminal-emocional-e-colegas-e-professores	31,771 (0.86%)	29,772 (1.29%)	00:12:42	26,483 (1.58%)	64.13%	86.50%	€0.00 (0.00%)
11.	/internacional/2015-11-13-Novos-tiros-junto-a-sala-de-espetaculos-Le-Bataclan-em-Paris	26,453 (0.79%)	24,313 (1.06%)	00:04:42	17,077 (1.02%)	78.35%	73.46%	€0.00 (0.00%)
12.	/internacional/2015-11-14-Confirmada-morte-de-segunda-vitima-portuguesa	25,736 (0.77%)	24,113 (1.05%)	00:03:23	18,144 (1.08%)	55.48%	64.32%	€0.00 (0.00%)
13.	/internacional/2015-11-14-Hajidistas-portugueses-em-Paris	23,604 (0.71%)	22,233 (0.97%)	00:07:37	14,752 (0.88%)	59.55%	68.89%	€0.00 (0.00%)
14.	/internacional/2015-11-13-Fronteiras-encerradas-e-declarado-estado-de-emergencia-em-Franca	23,526 (0.71%)	21,031 (0.91%)	00:03:48	18,064 (1.08%)	59.89%	71.83%	€0.00 (0.00%)
15.	/internacional/2015-11-14-Estado-Islamico-reivindica-oficialmente-ateentados-em-Paris	22,639 (0.68%)	20,534 (0.89%)	00:06:06	15,410 (0.92%)	43.86%	68.34%	€0.00 (0.00%)
16.	/politica/2015-11-15-As-quatro-mulheres-que-conquistaram-o-mundo-machista-da-politica-portuguesa	22,447 (0.67%)	20,741 (0.90%)	00:05:03	15,262 (0.91%)	62.89%	69.31%	€0.00 (0.00%)
17.	/internacional/2015-11-14-Atentados-em-Paris.-O-que-sabemos-e-o-que-falta-saber	21,613 (0.66%)	19,960 (0.87%)	00:09:04	12,870 (0.77%)	50.46%	65.64%	€0.00 (0.00%)
18.	/sociedade/2015-11-14-Morte-e-barbarie.-Dez-respostas-para-conhecer-o-Estado-Islamico	20,934 (0.63%)	19,052 (0.83%)	00:08:14	10,913 (0.65%)	65.37%	62.31%	€0.00 (0.00%)
19.	/internacional/2015-11-13-Atentado-no-Libano.-Numero-de-mortos-sobe-para-43	20,436 (0.61%)	19,492 (0.85%)	00:06:30	18,478 (1.10%)	74.51%	89.49%	€0.00 (0.00%)
20.	/internacional/2015-11-14-Hoje-nao-vou-ver-os-U2-em-Paris	17,285 (0.62%)	16,622 (0.72%)	00:07:09	12,536 (0.75%)	78.05%	78.27%	€0.00 (0.00%)
21.	/internacional/2015-11-15-Ismael-o-frances-kamikaze-do-Bataclan	17,119 (0.61%)	16,062 (0.70%)	00:05:47	9,919 (0.59%)	64.31%	63.73%	€0.00 (0.00%)
22.	/internacional/2015-11-15-Apertura-o-cerco-politico-a-Francois-Hollande	15,368 (0.48%)	14,624 (0.64%)	00:05:33	10,416 (0.62%)	60.85%	68.52%	€0.00 (0.00%)
23.	/internacional/2015-11-14-Um-portugues-morto-nos-atentados-em-Paris	14,026 (0.42%)	13,099 (0.57%)	00:03:40	8,371 (0.50%)	54.83%	58.43%	€0.00 (0.00%)
24.	/internacional/2015-11-14-Cidadao-frances-identificado-como-possivel-atacante	13,843 (0.42%)	12,837 (0.55%)	00:03:45	7,690 (0.46%)	43.45%	51.56%	€0.00 (0.00%)
25.	/sociedade/2015-11-15-Estado-Islamico-ja-matou-tres-portugueses	12,633 (0.38%)	12,061 (0.52%)	00:05:38	8,617 (0.51%)	60.89%	68.52%	€0.00 (0.00%)

Rows 1 - 25 of 15457

# Anexo 15



# Anexo 16

## Referências da Rede

13/11/2015 - 15/11/2015

Descubra os locais de origem do seu tráfego social

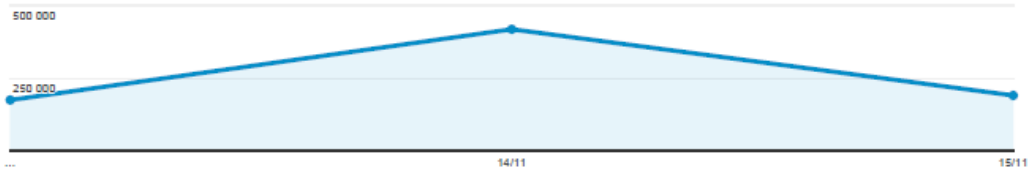
Identifique as redes e as comunidades em que as pessoas interagem com o seu conteúdo. Saiba mais acerca de cada comunidade e identifique o conteúdo com melhor desempenho em cada rede.

Não mostrar mensagens de educação.

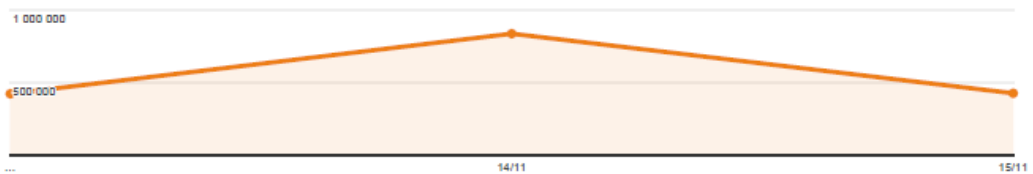
Todos os utilizadores  
100,00% Sessões

### Referência Social

Sessões através de referência social



Todas as sessões



Rede Social	Sessões	Visualizações de página	Duração média da sessão	Páginas/sessão
1. Facebook	767 476 (87,83%)	1 081 742 (95,58%)	00:02:00	1,38
2. Twitter	14 894 (1,88%)	31 446 (2,83%)	00:03:48	2,11
3. Blogger	1 620 (0,21%)	6 560 (0,59%)	00:08:50	4,05
4. Disqus	1 108 (0,14%)	7 235 (0,65%)	00:16:52	6,53
5. reddit	460 (0,08%)	1 835 (0,17%)	00:09:28	3,99
6. Google+	149 (0,02%)	1 531 (0,14%)	00:28:33	10,28
7. LinkedIn	145 (0,02%)	168 (0,02%)	00:00:44	1,16
8. BuzzFeed	95 (0,01%)	111 (0,01%)	00:00:40	1,17
9. Netvibes	30 (0,00%)	78 (0,01%)	00:04:15	2,80
10. VKontakte	26 (0,00%)	33 (0,00%)	00:01:15	1,27

Linhas 1 - 10 de 28

## **Anexo 17**

**- A notícia do “Estado Islâmico já reivindicou os ataques de Paris” foi a notícia mais visualizada no dia 14 e 15 de novembro de 2015 tanto no Facebook, como no site. Existe alguma explicação para o sucedido?**

Eu acho que o que desperta a curiosidade das pessoas para uma notícia destas, é o facto de ter acontecido em Paris e, por isso, no consciente ou subconsciente das pessoas gera-se a questão “Hoje em Paris, amanhã em Lisboa”. Ainda para mais o facto de ter sido o Estado Islâmico, que é este fenómeno e novo que aos poucos se descodifica cada vez mais, mas que é assustador. As pessoas ainda não tem uma segurança de que o fenómeno esteja a ser efetivamente combatido. Por um lado, há aqui a questão da proximidade geográfica e, portanto, o grande medo é este fenómeno que está entre nós. A interpretação que o faço para o interesse dessa notícia tem a ver com o facto de perceber aquilo que se passou em Paris e tentar prever o que é que se pode passar daqui por uns tempos em Lisboa. No fundo, eu acho que os portugueses que leram essa notícia, colocaram-se um pouco no papel dos franceses. Para já, porque podiam estar lá, mas por outro isto é um fenómeno que se sabe que está a caminho da Europa. Paris era a prova que o fenómeno já tinha chegado à Europa e à Europa Ocidental e está próximo de Portugal. A possibilidade de haver atentados do Estado Islâmico na Europa era uma coisa anunciada já há algum tempo. Acontecer e na Europa Ocidental e relativamente próximo de Portugal foi a concretização desse receio.

**- No dia 13 de novembro foi publicado a notícia do “Atentado do Líbano mata 43 pessoas”. No entanto, esta notícia só esteve entre as mais visualizadas no Facebook no dia 14 e no dia 15 de novembro de 2015. É normal ou invulgar esta recuperação de notícias consoante a atualidade?**

Não costuma acontecer. Quando houve o atentado de Paris e houve muita comoção nas redes sociais e as pessoas refletem muito nos seus perfis o lamento e a comoção. Eu lembro-me que nessa altura, havia muita gente a criticar, nomeadamente, noutras partes do mundo e não na Europa, que quando acontece alguma coisa na Europa há uma comoção geral que não acontece quando há atentados no Afeganistão, Paquistão, no Líbano. Naqueles países que nós associamos a zona de grande conflitualidade e portanto com aconteceu o atentado, as pessoas julgam que é apenas “mais um” e não se

comovem, não se preocupam. Nessa altura, que houve Paris, que aconteceu ao mesmo tempo que o Líbano, houve muita gente a chamar a atenção de reação das pessoas para os diferentes casos, inclusive o próprio *Facebook* que criou aquele filtro das cores da bandeira francesa e que não criou para outros atentados também graves ou mais mortíferos. O Líbano em termos geopolíticos é muito mais importante, porque é um país que está muito próximo da região do Médio Oriente e tem todas aquelas sensibilidades xiitas, cristãos, sunitas, e também tem um passado muito turbulento com uma guerra civil muito sangrenta. E a questão era “porque é que as pessoas não a mesma atenção ao Líbano”. Eu acredito que nessa altura, muitas pessoas aperceberam-se que tinha ocorrido um atentado no Líbano e então foi ler a notícia. Eu acho que foi uma reação das pessoas. Os atentados na Europa são sempre notícias e há uma identificação natural com as vítimas, ou porque somos europeus, ou porque somos cristãos. Acima de tudo há um grande distanciamento com a região do Médio Oriente, Árabes e Muçulmanos. Como houve muita gente a chamar atenção para a dimensão do atentado do Líbano, as pessoas sentiram a necessidade procurar mais informação sobre o sucedido.

**- No dia 13 foram publicadas 13 notícias, mas apenas cinco estiveram entre as mais visualizadas no Facebook e sendo uma delas “Fronteiras encerradas e declarado estado de emergência em França”. Existe alguma explicação para ter sido esta notícia a mais visualizada naquele dia?**

As fronteiras encerradas é algo que nos pode afetar, uma vez que há imensa gente a viajar. E se as fronteiras estiverem encerradas há todo um procedimento, até prático, que se altera. Estado de emergência é uma situação que acontece quando há risco de segurança e que não estamos habituados a associar à nossa Europa civilizada. Desta forma, se acontece alguma coisa que motiva estado de emergência no coração da Europa, eu considero que isso é um indutor de leitura, uma vez que as pessoas vão querer saber em que circunstância foi declarada uma situação destas e perceber o que isso significa.

**- Por que é que os artigos de opinião como “Não sabes, mas salvaste-me a vida” e “Hoje não fui ver os U2”, os artigos mais visualizados ao longo dos dias, têm maior interesse para o leitor do que notícias sobre facto reais do acontecimento?**

O artigo do Nelson Marques é uma história que tem um rosto e uma identidade e esse género de histórias aproxima muito o leitor dos textos. As pessoas querem histórias

reais, histórias de alguém que poderia ser sobre a própria pessoa. Esta é uma história trágica, é um desencontro, que ditou o final trágico para a miúda e, portanto, é uma história que as pessoas gostam de ler. Neste género de situações há sempre muitas histórias de encontros e desencontros, porque há sempre alguém que se salva. Portanto, este género de histórias desperta curiosidade às pessoas. São textos muito fáceis de perceber, porque as pessoas estão a ler uma história. Pode haver muitas pessoas que criem uma certa resistência em ler artigos sobre o Estado Islâmico ou porque têm medo de não compreender na totalidade o que está escrito, uma vez que são assuntos com uma grande complexidade; há pessoas que não querem ler artigos sobre terrorismo. Enquanto que uma história dessas que, apesar de ter um fim trágico, é uma história humana. “Hoje não fui ver os U2” não é uma história de alguém, mas é uma história escrita na primeira pessoa. Textos na primeira pessoa, e a partilharem experiências, têm sempre leitura, dado que as pessoas têm interesse por isso e porque são histórias humanas. Nesta história, Miguel Cadete, despediu-se e partilhou que teve medo e é acima de tudo um texto sincero, genuíno e muito pessoal. Ele admitiu que tinha medo e muitas pessoas reviram-se naquele texto, dado que muitas tinham o mesmo receio.

**- O Expresso alcançou um número significativo de visualizações durante este período em questão. É normal esta situação acontecer em qualquer caso grave sobre a atualidade ou tratou-se apenas de um maior interesse dos leitores pelo tema em questão?**

As pessoas tendem a consumir mais informação quando existe um assunto forte nas notícias. Embora também seja natural que o jornal produza mais assuntos sobre esse assuntos, dado que tenta cobrir vários ângulos: o que é que se passou, quem é que fez isto, entre outros. Naturalmente há uma produção maior de conteúdos, mas essencialmente uma maior procura de informação. O que dita os números está relacionado com a procura.

**- O facto de existir notícias escritas por correspondentes nos locais, neste caso, o Daniel Ribeiro, em Paris, permite que o leitor aceda mais ao conteúdo?**

Faz toda a diferença estar perto. O jornalista está na situação, ele vê, ele pode ir para a rua, ele fala com as pessoas, ele vê o aparato de segurança e sente o medo das pessoas e, por isso, faz toda a diferença. O que ele vê, o que ele fala e o que ele se sente, tudo se reflete na escrita do artigo. À distancia estamos sempre dependentes de outras fontes e

escrevemos com base naquilo que outros viram e recolheram. Portanto, estar lá faz toda a diferença e torna a informação mais credível, dado que ele não pode inventar, mas apenas escrever aquilo que testemunhou.

**- “Estado Islâmico quis ‘vingar a Síria’” está entre as notícias mais visualizadas nos três dias. Existe alguma explicação para o interesse do leitor neste conteúdo?**

Este é outro lado da questão. As pessoas por muito que entendam o que se passa na Síria, têm a noção que aquilo é um conflito que não está em vias de resolução. Se a Europa é atingida por um grupo que diz que quer vingar a Síria e as pessoas têm noção que pouca coisa está a ser feita para acabar com o conflito, eu considero que as pessoas lerem o artigo para tentar perceber se aquilo que aconteceu na Europa é uma consequência do facto daquele conflito estar em “roda livre”. Eu penso que nestas ocasiões há uma vontade muito grande das pessoas tentarem perceber o que se passa. A Síria numa notícia com esse título é colocada no patamar na origem do problema e portanto as pessoas tentam perceber o que é que está acontecer na Síria que motive uma situação destas ou o que é a Europa fez de mal na Síria que motive agora esta retaliação.

INTERNACIONAL

## Confirmada morte de segunda vítima portuguesa

14.11.2015 às 20:00

f t e 112



PHILIP LE SÈGUE/AN/GETTY IMAGES



Angola faz lei de retaliação contra Portugal

LER CÓDIGO DE ACESSO



Précilia Correia é a segunda vítima mortal, luso-descendente, dos ataques em Paris, reivindicados pelo autoproclamado Estado Islâmico (Daesh). Há ainda quatro portugueses feridos, alguns dos quais com dupla nacionalidade



HUGO FRANCO



MARIA JOÃO BOURBON



RAQUEL ALBUQUERQUE

**A** jovem lusodescendente é a segunda vítima mortal dos atentados em Paris desta sexta-feira, que estava na sala de espetáculos Bataclan. A informação acabou de ser confirmada ao **Expresso** pelo Governo português.

A morte de Précilia Correia, de 35 anos, filha de pai português e mãe francesa, é conhecida poucas horas depois de se saber que um outro português, de 63 anos, Manuel Dias, morreu na sequência dos ataques reivindicados pelo autoproclamado Estado Islâmico (Daesh).

A família da lusodescendente já tinha confirmado às autoridades o seu desaparecimento, mas só agora o Secretário de Estado das Comunidades Portuguesas, José Cesário, conseguiu obter esta informação.

“Está confirmada a morte de Précilia Correia”, garantiu ao **Expresso** José Cesário, que acrescenta que existem ainda alguns portugueses feridos. Inicialmente, José Cesário tinha apontado cinco cidadãos portugueses, alguns com dupla nacionalidade e um deles hospitalizado - mas acabaria por perceber que o alegado português hospitalizado era, afinal, um argentino com ascendência portuguesa.

Há pelo menos nove estrangeiros entre as 129 vítimas mortais oficialmente conhecidas. O balanço mais recente, avançado pelas autoridades francesas, contabiliza ainda 352 feridos, entre os quais 99 em estado muito grave.

Notícia atualizada domingo às 15h30

# Anexo 19

INTERNACIONAL

## Os atentados expostos e comentados nas redes sociais

14.11.2015 às 2h17



Passavam poucos minutos da primeira explosão e pelo Twitter e Facebook já havia relatos do que se acontecia em Paris. Momentos depois já estavam a ser partilhadas imagens e vídeos

MARTA GONÇALVES

**A**inda antes das autoridades ou dos jornalistas chegarem ao local, já as redes sociais espelhavam o terror que se vivia em Paris. Milhares de imagens, vídeos ou apenas publicações em texto começaram a surgir aos poucos no Twitter e Facebook. Às duas da manhã deste sábado, "Paris" era o assunto mais comentado em todo o mundo.

### Palavras-chave

- TWITTER
- INTERNET
- PARIS
- ARTES, CULTURA E ENTRETENIMENTO
- FACEBOOK
- ATENTADOS DE PARIS



Angola faz lei de retaliação contra Portugal

LER | CÓDIGO DE ACESSO



ADERIR AGORA >

